

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
экономики и управления

Кафедра «Менеджмент и
экономическая безопасность»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Экономико-управленческие механизмы с целью расширения экспорта
промышленной продукции (на примере ЗАО «ПКТБА»)»

Студент группы 18ЭМ1

(номер группы)

Руководитель к.э.н., директор фонда поддержки

(должность)

предпринимательства Пензенской области

(наименование организации)

Нормоконтролер ст. преподаватель

(должность)

кафедры «МиЭБ» ФГБОУ ВО «ПГУ»

(наименование организации)

ИВ 10.06.22
(подпись, дата)

Рязанов Илья
Максимович
(ф.и.о. полностью)

А.А. 10.06.22
(подпись, дата)

Матюкин С.В.
(фамилия, инициалы)

Шуруп Т.Я. 14.06.22
(подпись, дата)

Шурупова Т.Я.
(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 14.06.2022 № 13)

Заведующий кафедрой

С.В. 14.06.22
(подпись, дата)

Тактарова С.В.
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с отметкой отлично (протокол ГЭК от 22.06.22 № 4)

Секретарь ГЭК

Шуруп Т.Я. 22.06.22
(подпись, дата)

Шурупова Т.Я.
(фамилия, инициалы)

Пенза 2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
«Экономики и управления»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации»

Кафедра «Менеджмент и
экономическая безопасность»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Менеджмент и
экономическая безопасность»

С.В. Тактарова


«21» декабря 2021

ЗАДАНИЕ

на бакалаврскую работу студента

Рязанова Ильи Максимовича

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема работы «Экономико-управленческие механизмы для расширения экспорта промышленной продукции (на примере ЗАО «ПКТБА»)»

Утверждена приказом по ФГБОУ ВО «ПГУ» № 1018/0 от «21» декабря 2021 г.

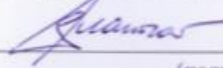
2. Срок сдачи студентом законченной работы 20.06.2022

3. Основные источники, необходимые для написания работы: нормативные и правовые акты, научная литература и периодические издания по теме выпускной квалификационной работы и материалы, собранные в ходе прохождения практики.

4. Перечень подлежащих разработке вопросов: рассмотреть теоретические основы формирования экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции; провести анализ организации и управления экспортом промышленной продукции на предприятии; дать оценку эффективности действующих экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии; разработать предложения по совершенствованию экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии

5. Работа иллюстрируется презентацией материалов, созданной с использованием приложения PowerPoint. Регламент доклада с презентацией материалов составляет 5-7 минут

6. Дата выдачи задания 21.12.2021

Руководитель  / Матискин Р.В.
(подпись)

Задание принято к исполнению 21.12.2021
(дата и подпись студента)

Календарный план разработки бакалаврской работы

№ п/п	Наименование разделов	Объем работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1	Подбор и изучение литературы	5%	21.12.2021- 27.12.2021	выполнено
2	Разработка 1-й главы	10%	28.12.2021- 18.01.2022	выполнено
3	Проверка 1-й главы руководителем и доработка ее по замечаниям руководителя	10%	19.01.2022- 03.02.2022	выполнено
4	Разработка 2-й главы	20%	04.02.2022- 25.02.2022	выполнено
5	Проверка 2-й главы руководителем и ее доработка	10%	26.02.2022- 10.03.2022	выполнено
6	Разработка 3-й главы	20%	11.03.2022- 17.04.2022	выполнено
7	Проверка 3-й главы руководителем и ее доработка	13%	18.04.2022- 10.05.2022	выполнено
8	Написание введения и заключения, представление законченной работы руководителю	7%	11.05.2022- 16.05.2022	выполнено
9	Проверка руководителем законченной работы	2%	17.05.2022- 21.05.2022	выполнено
10	Доработка по замечаниям руководителя и оформление работы	2%	22.05.2022- 25.05.2022	выполнено

Руководитель _____

Матвеев С.В.

РЕФЕРАТ

Пояснительная записка состоит из: 99 листов, 45 рисунков, 23 таблиц, 38 источников, 3 приложений.

ЭКСПОРТ, ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПОРТА, ОСОБЕННОСТИ ЭКСПОРТ
ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ
ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ
ЭКСПОРТА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ
ЭКСПОРТА.

Целью бакалаврской работы является оценка экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции и разработка направлений их совершенствованию.

В процессе выполнения работы рассмотрены теоретические основы формирования экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции; проведен анализ организации и управления экспортом промышленной продукции на предприятии; дана оценка эффективности действующих экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии; разработаны предложения по совершенствованию экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии.

Бакалаврская работа имеет высокую степень детализации, поэтому разработанные решения могут быть использованы в производственно-коммерческой деятельности исследуемого предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.....	9
1.1 Сущность, структура и особенности организации экспорта промышленной продукции.....	9
1.2 Экономико-управленческие механизмы организации экспорта промышленной продукции.....	15
1.3 Основные процессы формирования экономико-управленческого механизма экспорта промышленной продукции.....	22
2 АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЗАО «ПКТБА».....	30
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	30
2.2 Оценка механизмов управления экспортом промышленной продукции на предприятии.....	41
2.3 Анализ эффективности реализации механизмов развития экспорта промышленной продукции на предприятии.....	52
3 РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЗАО «ПКТБА».....	62
3.1 Предложения по формированию системы стратегического планирования экспорта промышленной продукции.....	62
3.2 Предложения по совершенствованию инструментов продвижения промышленной продукции на зарубежных рынках.....	71
3.3 Экономическое обоснование предлагаемых решений.....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	81
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	85
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования предопределена тем, что в современных условиях хозяйствования особую актуальность для предприятий приобретают вопросы повышения доходности. Одним из направлений достижения подобных целей является повышение эффективности экспортной деятельности предприятия.

Интеграция России и, соответственно, отечественных хозяйствующих субъектов в мировую экономику требует их постоянного развития. Возрастает значимость внешнеторговой деятельности, как для всей экономики, так и для экономики отдельного региона и предприятия. Рост объемов внешнеторгового оборота обеспечивается в первую очередь за счет ускоренного роста объемов экспорта продукции. Оживление экспортной деятельности является основой для оздоровления и дальнейшего развития экономики, поскольку экспорт является главным источником поступления валюты, которая необходима для закупок за рубежом оборудования, товаров и обеспечения финансовой стабильности.

Экспортная деятельность приобрела большое значение для экономики, так как многие промышленные предприятия являются экспортоориентированными, а значительная часть федерального бюджета формируется за счет таможенных платежей от экспортной деятельности предприятий.

Помимо прочего, экспорт товаров способствует притоку иностранной валюты и укреплению национальной, способствуя, тем самым, сбалансированному торговому соотношению в стране, поэтому очень важно развивать экспортную деятельность и создавать наиболее выгодные условия для ее ведения.

Кроме того, Россия по-прежнему находится в зависимости от своей сырьевой ориентации, чем продолжает наносить ущерб собственной экономике. Поэтому необходимо исследовать пути выгодной

переориентации на экспорт и поддержания стабильного развития перерабатывающих отраслей.

В условиях ожесточенной конкурентной борьбы на мировом рынке недостаточно поддерживать высокие технические параметры. Необходимо тщательно учитывать специфику потребительских требований в различных странах, анализировать деятельность основных фирм-конкурентов, вести широкую рекламную работу, выбирать оптимальные формы и методы сбыта. Практика показывает, что качество экономико-управленческих механизмов экспортной деятельности играет не меньшую, если не большую роль, чем качество экспортируемой продукции.

Целью бакалаврской работы является оценка экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции и разработка направлений их совершенствованию.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы формирования экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции;
- провести анализ организации и управления экспортом промышленной продукции на предприятии;
- дать оценку эффективности действующих экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии;
- разработать предложения по совершенствованию экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии.

Объектом исследования выступает ЗАО «ПКТБА».

Предметом исследования является организация и управление экспортом промышленной продукции на предприятии.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды ученых-экономистов, посвященные вопросам формирования эффективной системы управления экспортной деятельностью на предприятиях, законодательные и нормативные акты Российской Федерации.

Методология исследования основана на системно-функциональном подходе к изучаемой проблеме. В рамках этого подхода в работе использовались различные методы, приемы и способы экономических исследований: анализ, синтез, графический, абстрактно-логический, монографический, статистико-экономический и др.

Информационная база сформирована на основе нормативно-справочного материала, отчетности ЗАО «ПКТБА», а также материалов, опубликованных в научной литературе, периодической печати и сети Интернет.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1 Сущность, структура и особенности организации экспорта промышленной продукции

На современном этапе наиболее развитой формой международных отношений является внешняя торговля, необходимость которой обусловлена интенсивным ростом мирового рынка, неравномерностью развития различных отраслей в разных странах и невозможностью реализовать избыток продукции на внутреннем рынке.

Международные коммерческие операции осуществляются в разнообразных формах, которые можно подразделить на основные, осуществляемые на возмездной основе между непосредственными участниками этих операций (контрагентами различных стран), и обеспечивающие, связанные с продвижением товара от продавца к покупателю. Из этого следует, что международные операции, предполагающие обмен продукцией в материально-вещественной форме, относят к числу основных. В свою очередь, основным видом внешнеэкономических операций, обуславливающих обмен продукцией в материально-вещественной форме, являются экспортные.

Существует несколько подходов к определению экспорта.

Так в Федеральном законе «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» дается следующее определение экспорта: «Экспорт – вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории за границу без обязательства об обратном ввозе [7].

Таможенный кодекс ЕАЭС определяет экспорт как таможенную процедуру, при которой товары таможенного союза вывозятся за пределы таможенной территории Таможенного союза и предназначаются для постоянного нахождения за ее пределами [2].

По мнению Джабаева А.П. под экспортными операциями понимается коммерческая деятельность, связанная с куплей-продажей товаров, имеющих материально-вещественную форму. При этом под экспортными операциями понимается деятельность, связанная с продажей и вывозом за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту; под импортными операциями понимается деятельность, связанная с закупкой и ввозом иностранных товаров для последующей реализации их на внутреннем рынке своей страны [26].

В свою очередь согласно Яковлевой Н.А. экспортная операция представляет собой деятельность, направленную на продажу и вывоз за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту [43].

Таким образом, можно отметить, что указанные определения дополняют друг друга. Основными признаками экспорта являются заключение контракта с иностранным контрагентом и пересечение товаром границы страны - экспортера. Необходимым условием экспортной операции является наличие товара, пользующегося спросом на внешнем рынке.

Под экспортом подразумеваются и учитываются статистикой:

- поставка товаров в другие страны, которые были изготовлены, добыты, выращены на территории данного государства, а также привезенные из-за рубежа и подвергшиеся дальнейшей переработке;
- вывоз ввезенных ранее товаров, переработанных под таможенным контролем;
- вывоз за рубеж вывезенного ранее товара, который не подвергался переработке в стране экспорта. Такая процедура экспорта определяется как реэкспорт [35].

Возможно выделить следующие характерные черты, свойственные экспорту согласно определению:

- объектом экспортной процедуры являются товары ЕАЭС;
- товары вывозятся с целью их постоянного нахождения за пределами Союза;
- экспортная процедура связана с вывозом товаров, произведенных на данной территории [30].

Согласно теории Хекшера Олина, экспорт товаров – избыточный фактор производства.

А. Смит и Д. Рикардо считали, что внешняя торговля позволяет каждой стране реализовать излишки конкурентоспособного производства и таким образом придать дополнительную стоимость экспортируемым товарам.

Итак, экспорт продукции машиностроения – это специальный таможенный режим, который характеризуется вывозом той или иной продукции машиностроения за пределы страны, то есть за ее границу или границу Союза.

Основная цель вывоза продукции машиностроения – реализация ее внешнем рынке[21].

В законодательстве каждой страны обозначены определенные требования, в соответствии с которыми осуществляется экспорт продукции машиностроения. Объединяет экспорт продукции машиностроения разных стран то, что при экспорте необходимо учитывать следующие нюансы:

- для экспортирования продукции машиностроения должны быть уплачены все вывозные таможенные пошлины и внесены все необходимые таможенные платежи;
- соблюдены все меры финансовой и экономической политики;
- та продукция машиностроения, которая выпускается в таможенном режиме для экспорта, должна вывозиться за пределы страны в том состоянии, в котором она была в момент принятия таможенной декларации;

– исключением является продукция машиностроения, изменившаяся в результате естественного износа, или продукция, которая изменилась, но при правильной транспортировке или хранении [18].

Промышленная продукция, относящаяся к экспортной категории требует специального таможенного оформления в общем порядке, декларирования с учетом особенности и специфики данного таможенного режима. Вывоз промышленной продукции за пределы страны регулируется специально разработанными мерами и средствами, входящими в систему госрегулирования внешнеэкономической деятельности. Основными инструментами государственного регулирования экспорта промышленной продукции являются: налоговое и тарифное регулирование, валютный контроль, различные нетарифные меры.

Экспорт промышленной продукции имеет и свой специфический тариф, представляемый в виде целого комплекса постановлений правительства, которые содержат в себе те или иные ставки пошлин на вывоз товара, список данной продукции, а также имеются все положения с изменения этих постановлений. Ставки экспортного тарифа для отдельных видов промышленной продукции устанавливаются правительством страны, и не подлежат специальному регулированию со стороны таможенных и тарифных органов. В соответствии с определенными законодательными актами экспорт промышленной продукции, вернее некоторой из них, характеризуется и наличием некоторых тарифных льгот, которые устанавливаются теми или иными законодательными актами, а также актами правительства и президента. Экспорт промышленной продукции, как правило, имеет свои специфические пошлины. Они будут зависеть в первую очередь от видов экспортных товаров.

В современном мире существует так называемое нетарифное регулирование экспортирования промышленной продукции, то есть лицензирование и квотирование. Экспорт отдельных видов промышленной продукции требует наличия специального пакета документов и разрешений.

В условиях открытой экономики импорт и экспорт влияет на уровень доходов, производство, занятость внутри страны, поэтому с помощью внешних факторов предоставляется возможность влиять на макроэкономическое равновесие. Экспортируемые товары в действительности потребляются иностранными гражданами, но при этом экспорт дает толчок росту отечественного производства, занятости и дохода. Можно сказать, что высокий экспортный потенциал страны и производство конкурентоспособной продукции выступают синонимами процветания экономики [29].

Выделяют следующие виды экспортных операций в отношении промышленной продукции:

Резэкспортная операция – коммерческая деятельность направленная на продажу и вывоз из страны ранее ввезенной промышленной продукции. Главным условием является – отсутствие переработки этой продукции. Согласно нормативным актам РФ с резэкспортной промышленной продукцией допускаются такие действия как маркировка, упаковка и расфасовка.

Обязательным условием этих действий является то, что их стоимость не должна превышать половины экспортной цены контракта. Выгоды резэкспорта заключаются в следующем:

- при отсутствии устойчивых торговых связей между странами контрагентами;
- при наличии благоприятных коммерческих условий стране резэкспортера;
- при перепродаже промышленной продукции;
- в случае закупки за рубежом комплектующих узлов и деталей которые затем резэкспортируются в составе комплексного оборудования.

Резэкспортные операции осуществляются двумя способами:

- когда промышленная продукция ввозится в страну резэкспортером и затем из нее продается контрагенту (импортеру);

- промышленная продукция идет напрямую, а расчеты и документация через третью страну.

Экспорт товаров и услуг – это подход к организации международной деятельности фирмы с низким риском выхода на иностранные рынки. Он не требует серьезных изменений в товарном ассортименте фирмы, ее структуре капитальных затратах.

Фирмы экспортируют свою продукцию по разнообразным причинам, чаще всего среди них следующие:

- более выгодно диверсифицировать, экспортируя свою продукцию, вместо разработки новой для внутреннего рынка;
- товар находится на стадии зрелости жизненного цикла на местном рынке и роста на внешнем рынке;
- товар имеет сезонный спрос;
- меньшая конкуренция на внешнем рынке [33].

По интенсивности и объемам экспортных операций различают нерегулярный и регулярный экспорт. Нерегулярный экспорт характерен для пассивного уровня вовлечения фирмы в международную деятельность, когда она продает излишки своей продукции местным посредникам, представляющим интересы зарубежной фирмы. Регулярный экспорт ставит своей целью расширить экспортные операции и деятельность фирмы на конкретных иностранных рынках. Его рассматривают как активное вовлечение фирмы в международную деятельность.

Экспортируя товары и услуги, фирма может сама выходить на внешний рынок или опосредованно через внешних специалистов, которые могут находиться в стране или за рубежом. В связи с этим различают прямой экспорт и косвенный.

Прямой экспорт предполагает прямые продажи через собственный торговый персонал и применяется в случае, когда легко установить потребителей или они сами выходят на продавца.

Косвенный экспорт, или делегирование полномочий без инвестирования, имеет разнообразные формы. Передача полномочий по экспорту предусматривает системы сбыта через сбытовые каналы, находящиеся в одной или нескольких странах и принадлежащие другой фирме. Такую систему сбыта экспортер использует тогда, когда его потенциал слаб, чтобы действовать в одиночку на внешнем рынке. При этом необходимо осторожно выбирать партнеров по экспорту, так как «проиграть» может каждая сторона. Маленькая компания-экспортер рискует, что с ней будут обращаться, как с подчиненной или у посредника появится желание поглотить ее, если продукция будет иметь успех на рынке. Посредническая компания должна оценить качество продукции и экспортную стратегию фирмы, чтобы не нанести ущерб своему имиджу на внешнем рынке [39].

Таким образом, экспортная деятельность для предприятия, производящего промышленную продукцию имеет первостепенное значение для роста и успеха. Участие в международной торговле может помочь промышленным предприятиям оставаться конкурентоспособными и увеличить размер прибыли за счет сокращения расходов, выход на новые рынки, сдерживания от волатильности внутреннего рынка.

1.2 Экономико-управленческие механизмы организации экспорта промышленной продукции

Основной задачей управления экспортной деятельностью промышленного предприятия является разработка и внедрение эффективного механизма управления, который укрепляет официальные отношения и позволяет создавать положительные экономические и социальные последствия.

При постоянном характере экспортных операций, нацеленности на их расширение предприятие должно соответствующий механизм, посредством которого осуществляется управление всеми составляющими экспортной

деятельности. Структурные элементы экономико-управленческого механизма определяют различные факторы (рисунок 1.1).

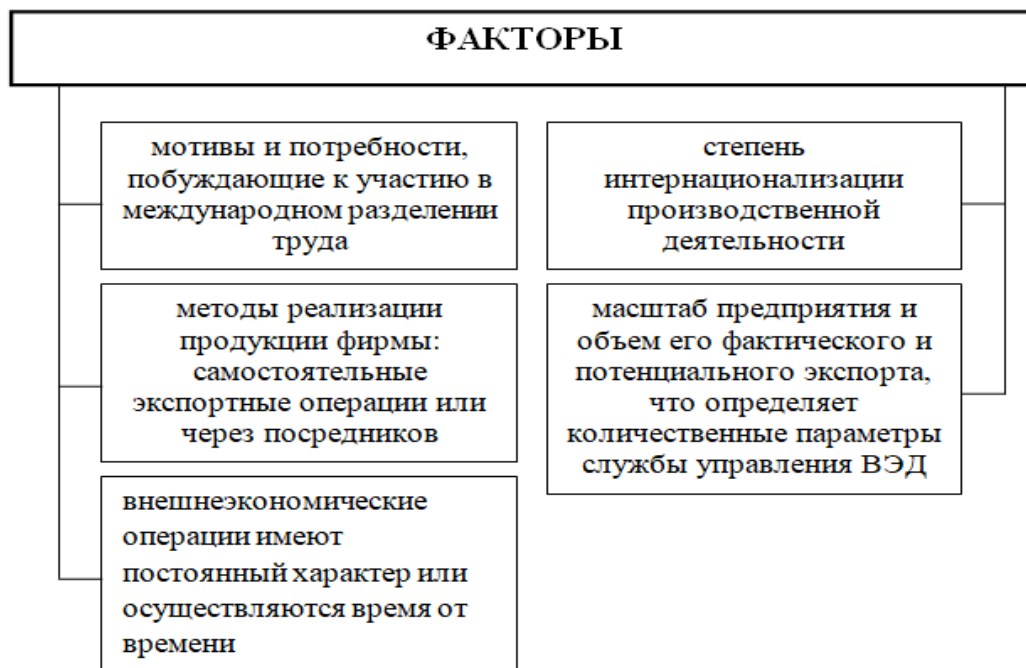


Рисунок 1.1 – Факторы, влияющие на выбор экономико-управленческого механизма организации экспорта промышленной продукции

В зависимости от этих факторов предприятия применяют различные формы организации экспорта промышленной продукции. Наиболее распространенные представлены на рисунке 1.2.

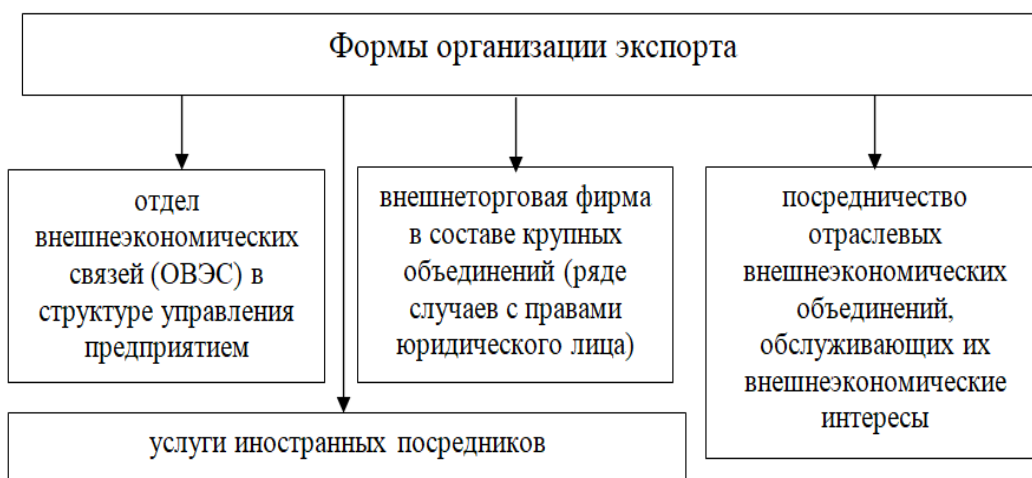


Рисунок 1.2 – Формы организации экспорта промышленной продукции [37].

Основные задачи, реализуемые посредством механизмов экспорта промышленной продукции на предприятии представлены на рисунке 1.3.

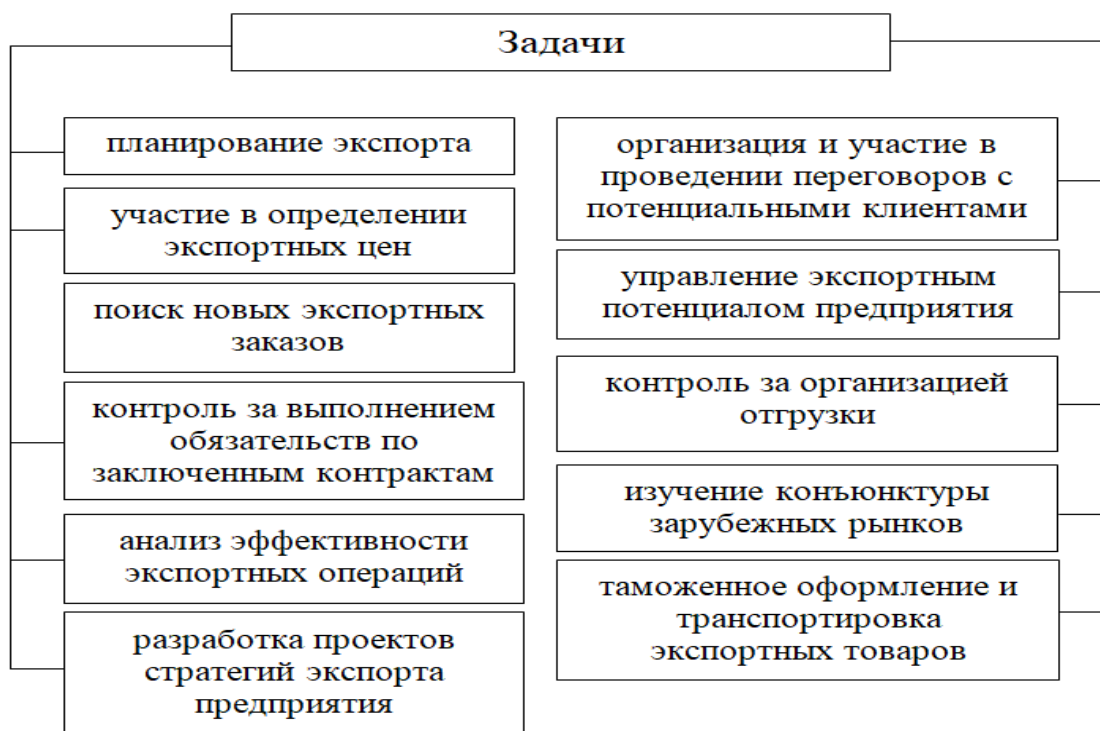


Рисунок 1.3 – Основные задачи механизма организации экспорта промышленной продукции

Большинство фирм, работающих на зарубежном рынке, предлагают свои товары через посредников. Каждая из них стремится сформировать собственный канал распределения. Фирме необходимо выявить типы существующих посредников, которые могли бы обеспечить функционирование ее канала. Каналы могут быть разных уровней (нулевой, одноуровневый, двухуровневый, трехуровневый и т.д.). Выбор количества уровней каналов зависит от пути, которым товары движутся от производителя к потребителям. Фирме необходимо решить, какое число посредников будет использовано на каждом уровне канала. Потребность в нескольких посредниках возникает при реализации товаров, производство которых локализовано в ограниченном числе пунктов, а сфера потребления обширна [24].

Использование посредников объясняется в основном их непревзойденной эффективностью в обеспечении широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размаху деятельности посредники предлагают фирме больше того, что она обычно может сделать в одиночку.

Для осуществления экспортной операции производитель промышленной продукции должен в первую очередь провести комплексное исследование рынка, прежде всего:

- изучить конъюнктуру рынка данного вида продукции, т.е. выявить существующий и ожидаемый спрос на него, на базе имеющихся источников информации определить уровень цен, по которым товар может быть предложен на рынке, тенденции их изменения;
- изучить торгово-политические, транспортные и правовые условия работы на рынке, в частности содержание межправительственных соглашений, регулирующих ввоз товара, систему государственного регулирования внешней торговли в стране – импортере, включая уровень таможенного обложения предлагаемого экспортером товара, нетарифные барьеры – запреты и ограничения порядок использования квот и получение лицензий, требование к сертификации товара, тарифы железных дорог и фрахтовые ставки, законодательство по страхованию, а также законодательство, регулирующее деятельность иностранных фирм в стране – покупателе, и т.д.;
- изучить фирменную структуру рынка, определить фирмы, которые играют ведущую роль на рынке данного товара и могут быть как потенциальными партнерами, так и конкурентами, исследовать формы и методы их работы на рынке [25].

На основе комплексного изучения рынка экспортеру следует с учетом конкурентоспособности предлагаемого товара определить наиболее целесообразные формы и методы работы на рынке: заключение прямых контрактов с потребителями, организацию сбыта через смешанные общества

и совместные предприятия или использование сети иностранных посредников. Экономические расчеты могут подсказать целесообразность использования различных видов встречной торговли, поставки машин и оборудования в разобранном виде или сдачи их в аренду.

Применительно к выбранной системе сбыта необходимо провести рекламные мероприятия, состав и содержание которых определяется после проведения сегментации рынка, т.е. когда уже очерчен круг возможных потребителей предлагаемого товара.

После этого определяется система распределения продукции. В маркетинге разработаны три подхода к решению этой проблемы:

Интенсивное распределение – предполагает обеспечение запасами продукции в возможно большем числе торговых предприятий.

Эксклюзивное распределение – предполагает намеренно ограничение число посредников, торгующих данной продукцией в рамках сбытовых территорий.

Селективное распределение – представляет собой нечто среднее между методами интенсивного и эксклюзивного распределения. Оно позволяет добиваться необходимого охвата рынка при более жестком контроле и с меньшими издержками, чем при организации интенсивного распределения.

Выбор системы сбыта на внешнем рынке зависит от размеров необходимых финансовых затрат, их целесообразности и эффективности, которые определяются путем сопоставления альтернативных вариантов и проведения соответствующих расчетов.

Критерием эффективного выбора каналов и методов сбыта товаров на внешнем рынке являются скорость товародвижения, уровень издержек обращения, объемы реализации продукции.

Считается, что чем меньше число посредников между производителями и потребителями, тем большие расходы приходится нести фирме, поскольку она вынуждена создавать необходимые запасы товара, обеспечивать их

хранение, обработку, а затем и оптовую реализацию. В то же время, с точки зрения производителей, чем больше посредников использует фирма, тем меньше непосредственных контактов с потребителями она имеет и тем ниже степень ее контроля над структурой маркетинга [27].

Выбор способа выхода на зарубежный рынок предполагает решение вопроса о том, каким путем наиболее целесообразно установить контакт с потребителем.

При сбыте промышленной продукции возможно направление потенциальному покупателю письменного предложения вступить в переговоры или рассмотреть конкретное предложение продавца (оферту), а также установление личных контактов на выставках или ярмарках, в демонстрационных залах и т.п. [31].

После проведения указанных мероприятий экспортер должен направить перспективным покупателям предложения (оферты), принять участие в торгах либо принять и подтвердить заказ.

В предложении должны содержаться основные условия, необходимые для заключения контракта: наименование товара, его количество, качество, базисные условия поставки, условия платежа, характер упаковки, порядок сдачи – приемки, санкции, условия арбитража и адреса сторон.

В случае применения типовых контрактов или ссылки на ранее заключенные контракты можно ограничиться указанием номеров предыдущих контрактов, цены, количества товара и срока поставки [34].

Если в процессе проработки оферты стороны путем переписки смогли прийти к взаимоприемлемым условиям, то контракт может быть подготовлен одной из сторон, подписан ею и в двух экземплярах выслан для подписания другой стороне. Вторая сторона после подписания один экземпляр оставляет у себя, а второй возвращает оференту, после чего контракт вступает в силу [38].

Для унификации прав и обязанностей сторон внешнеторгового контракта разработаны специальные базисные условия «Инкотермс-2010» –

это международные правила, которые признаны по всему миру, это международные торговые термины.

При заключении внешнеторгового контракта ключевое значение имеют базисные условия поставки. Именно они влияют на формирование состава расходов организации, и соответственно, на финансовый результат по экспортно-импортным операциям.

Базис поставки – это специальные условия, определяющие обязательства сторон внешнеторговой сделки по доставке товара от продавца до покупателя и устанавливающие момент перехода рисков случайной гибели или повреждения товара от поставщика к покупателю, а также момент исполнения экспортером или импортером обязательств по поставке товара. Базисные условия устанавливают основу контрактной цены.

Кроме того, базисные условия поставок влияют на структуру затрат, включаемых в таможенную стоимость товара, совместно с применяемыми формами расчетов, указанных во внешнеторговом контракте, оказывают влияние на организацию учета расчетов с иностранными поставщиками [41].

Таким образом, экономико-управленческого механизма экспортной деятельности представляет собой сложную систему отношений, которая зависит от специфики деятельности организации, направлений развития экспорта и предполагает использование определенной совокупности инструментов и методов, направленных на обеспечение высокой эффективности экспортной деятельности. Соответственно для обеспечения эффективной экспортной деятельности необходимо особенно тщательно подходить к подбору методов и инструментов организации экспорта и компилировать их такими образом, чтобы при наименьших затратах обеспечить наибольший экономический эффект.

1.3 Основные процессы формирования экономико-управленческого механизма экспорта промышленной продукции

Любое направление деятельности предприятия, в том числе и экспорт, должно быть целенаправленным. В этой связи возникает необходимость формирования системы взаимодействующих элементов организации, работающих на достижение этой цели, а также форм и методов воздействия на них и обеспечивающих направление их в нужное русло. Все это обуславливает формирование экономико-управленческого механизма экспортной деятельности.

По мнению Апсите М.А., Барсукова М.А. формирование механизма управления экспортной деятельностью – это совокупность инструментов и методов разработки, принятия и реализации управленческих решений при организации экспорта продукции[18].

Гаджиев Н.Г. отмечает, что процесс формирования экономико-управленческого механизма экспортной деятельности – это непрерывный процесс, включающий формулировку стратегии экспортной деятельности; разработку и осуществление соответствующих мероприятий для проведения в жизнь стратегической линии, разработку и внедрение методов контроля для отслеживания эффективности практических шагов и, следовательно, успеха в достижении стратегических целей экспортной деятельности предприятия [22].

Мальцева Т.Г. считает, что формирование экономико-управленческого механизма организации экспорта – это принятие совокупности принципов и правил, регулирующих организацию экспорта продукции предприятия [31].

Таким образом, опираясь на вышесказанное, под формированием экономико-управленческим механизмом организации экспорта промышленной продукции на предприятии будем понимать совокупность и инструментов и методов, определяющих целенаправленную деятельность менеджера, предполагающую оптимизацию и приведение в движение всех ресурсов организации для достижения успеха на международном рынке.

Исходя из сущности, можно установить цели и задачи формирования экономико-управленческого механизма организации экспорта (рисунок 1.4).

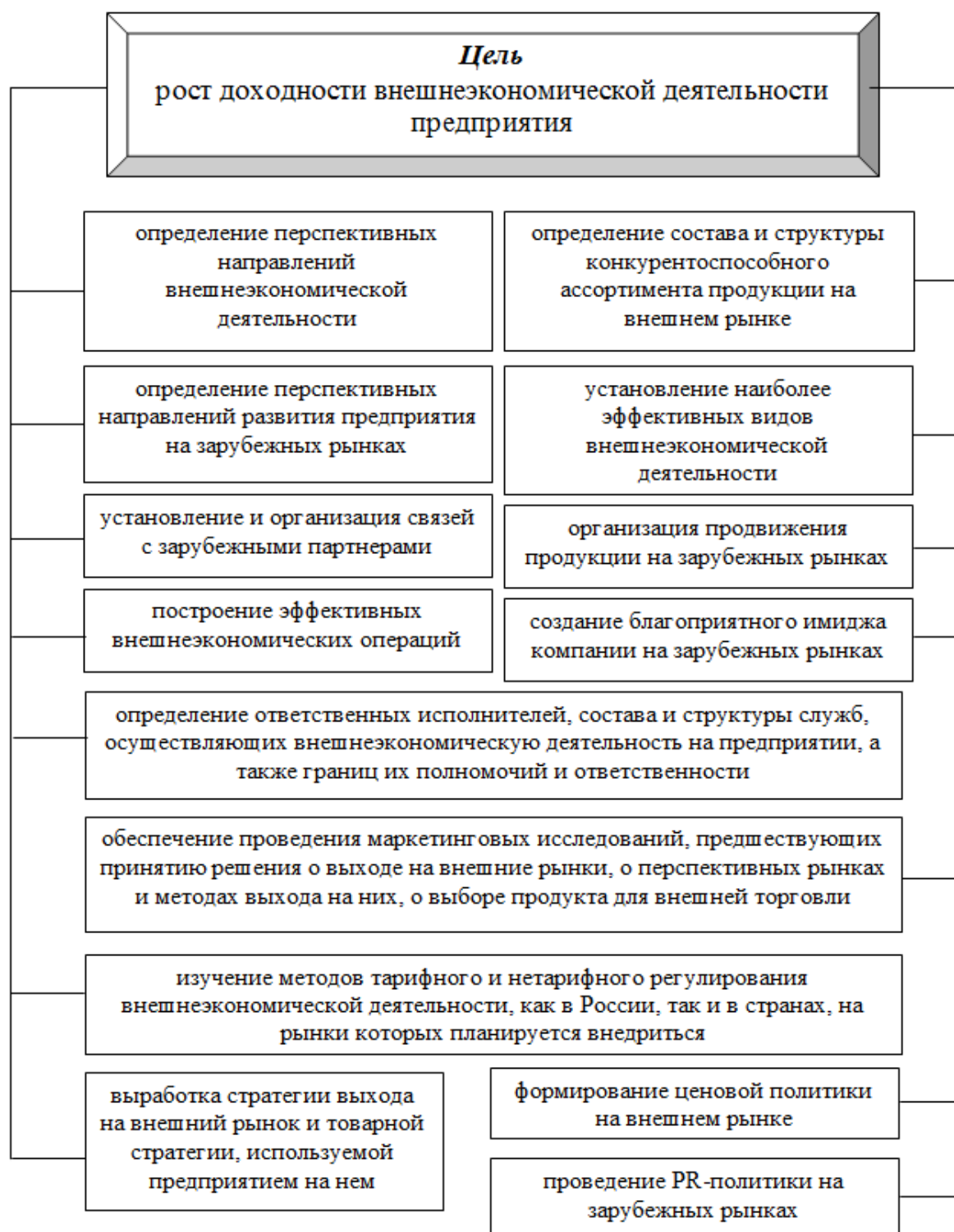


Рисунок 1.4 – Цели и задачи формирования экономико-управленческого механизма организации экспорта [34]

Реализация указанной цели и решение поставленных задач осуществляется через определенный набор функций, то есть через однородные виды управленческой деятельности (рисунок 1.5).

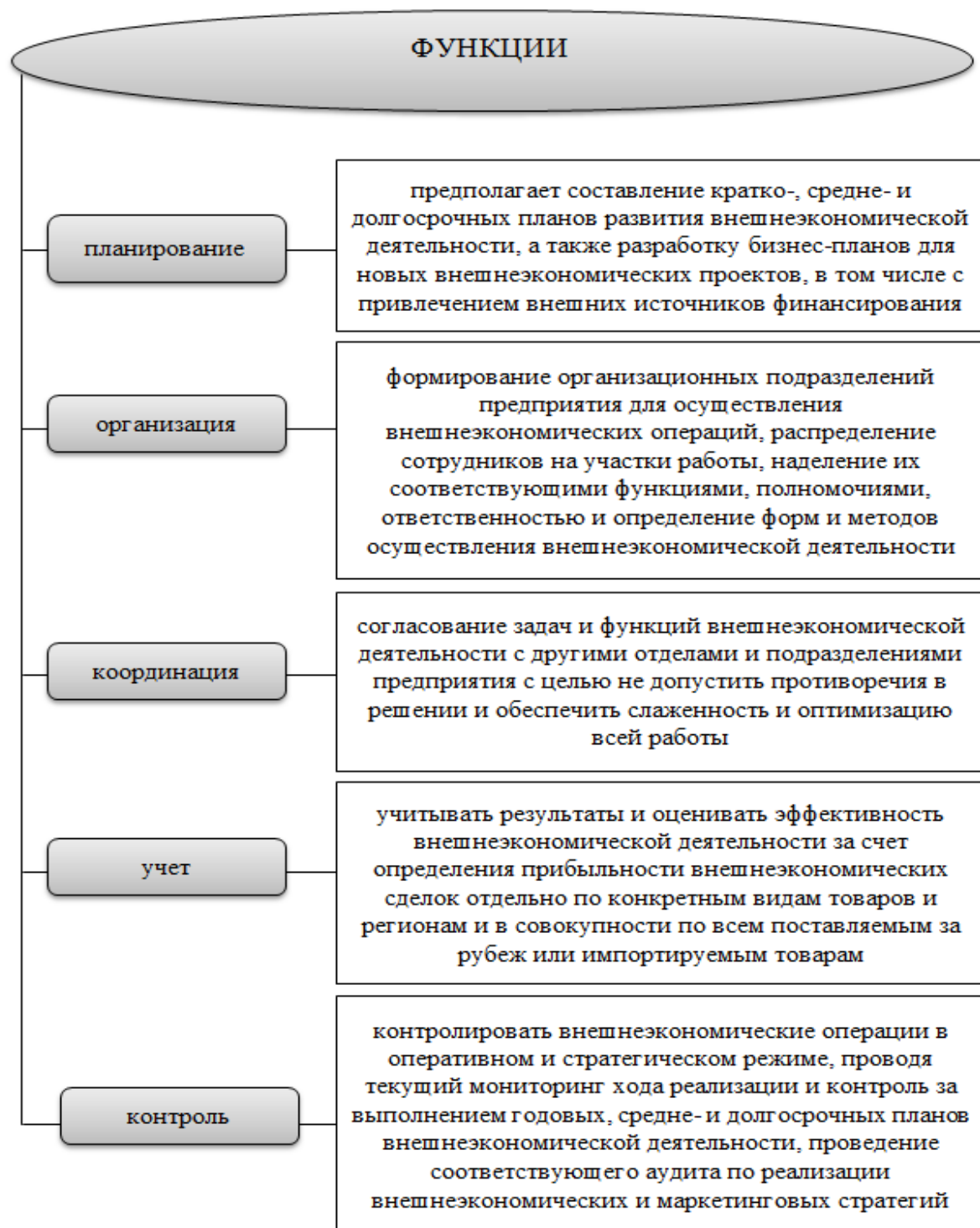


Рисунок 1.5 – Функции, реализуемые в рамках экономико-управленческого механизма организации экспорта [28]

При принятии решения, связанного с осуществлением экспортной деятельности, предприятию необходимо учесть ряд принципов и вопросов, напрямую связанных с условиями ее организации и управления. В качестве основных принципов выделяют следующие (рисунок 1.7).

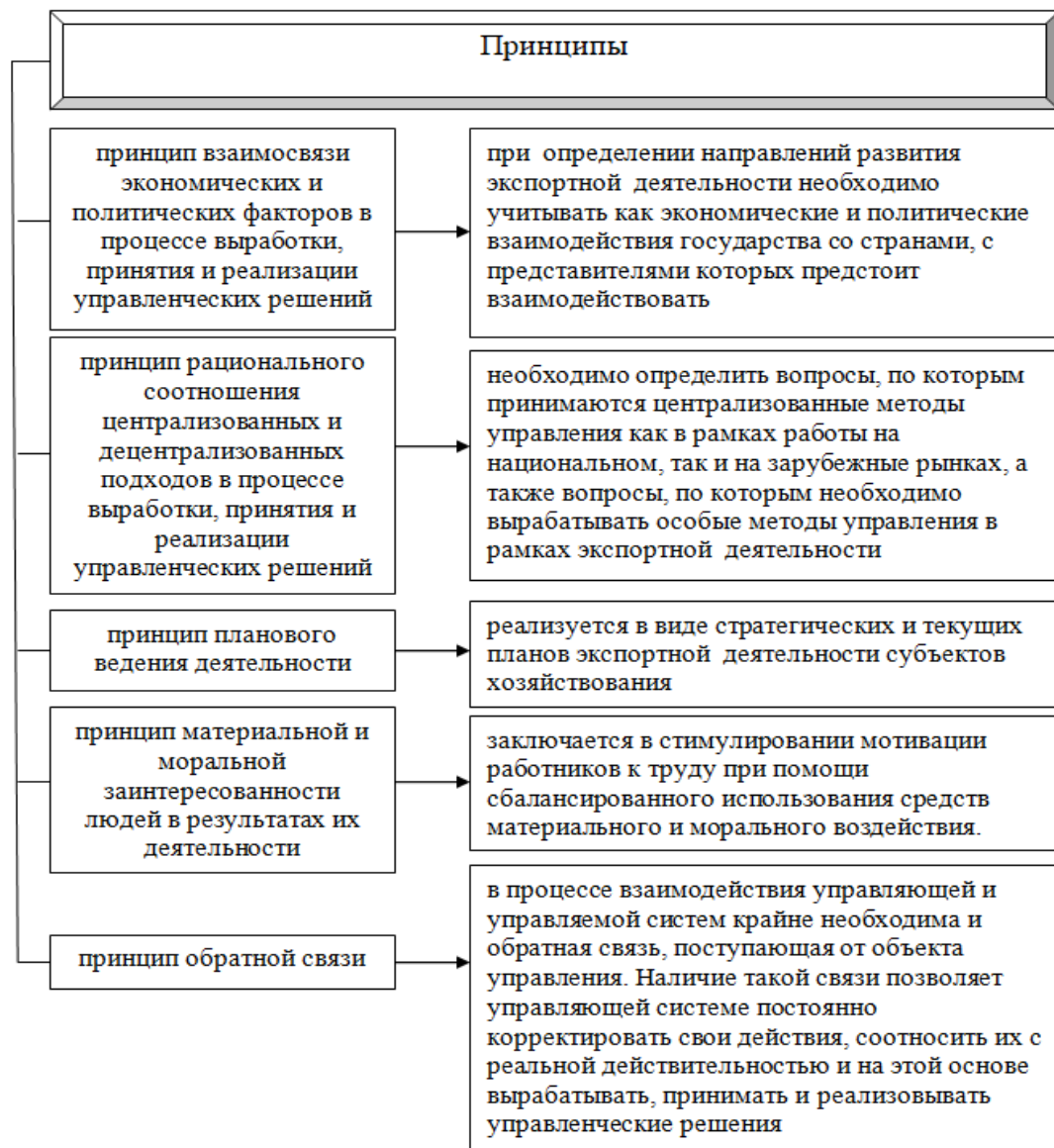


Рисунок 1.7 – Принципы формирования экономико-управленческого механизма организации экспорта [19]

Для эффективной реализации экономико-управленческого механизма организации экспорта на уровне предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления. Организационная структура управления

экспортной деятельностью предприятия определяется, прежде всего, теми целями и задачами, которые она призвана решать.

Наибольший опыт управления экспортной деятельностью накоплен в специализированных внешнеторговых организациях (ВТО). Ведущей структурной единицей, которой является организация, работа которой специализируется на торговле определенными товарами либо на торговле с группой стран. Возглавляет данную структурную единицу директор и в зависимости от объемов работы – несколько его заместителей. Функциональные отделы и службы, содействующие работе специализированных организаций и ВТО, можно условно разделить на три группы (рисунок 1.8).

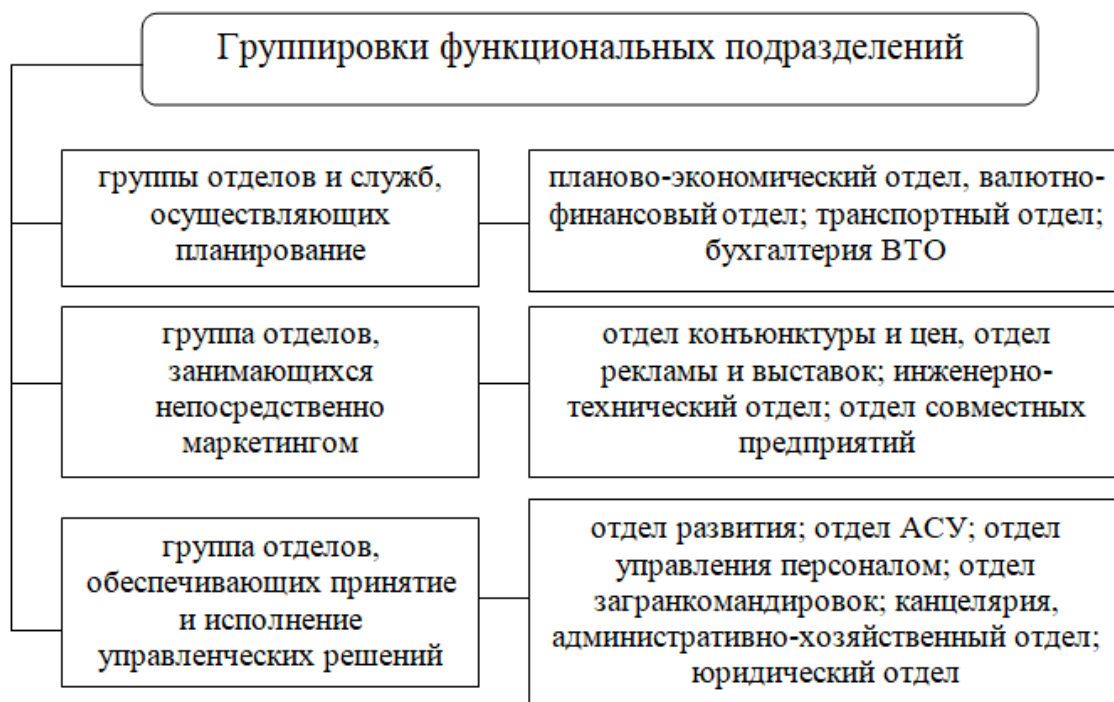


Рисунок 1.8 – Группировки функциональных подразделений
внешнеторговой организации [29]

Создание такой разветвленной структуры управления экспортной деятельностью (один из возможных вариантов структуры управления внешнеэкономической деятельностью на основе ВТО) вне зависимости от организационно-правовой формы предприятия, когда его деятельность

целиком и полностью сосредоточена на внешних рынках. Однако, количество таких предприятий, естественно, меньше, чем количество предприятий, занимающихся производством. На промышленных предприятиях, активно участвующих в экспортной деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах:

- как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеторгового отдела;
- как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой организации [24].

Оперируя на конкретном рынке, важно учитывать его характерные особенности. Поскольку в качестве объекта исследования выбрано производственное предприятие, соответственно, и речь, в данном случае пойдет о рынке производственных товаров. К числу таких особенностей можно отнести следующие:

- спрос на рынке производственных товаров носит производный характер (зависит от спроса на потребительские товары);
- основные товары этого сегмента используются длительное время, поэтому для покупателей важны эксплуатационные затраты;
- чувствительность к цене на оборудование низкая, поскольку оно закупается редко, и его стоимость переносится частями на стоимость продукции;
- в процессе реализации товара необходимо учитывать меру влиятельности покупателя на рынке, которая зависит от его размера, объема закупок, кредитного рейтинга и других факторов;
- закупки в значительной степени зависят от конкретных людей, которые принимают решения по закупкам от имени предприятия;
- высокая профессиональная информированность покупателей о товаре [43].

Продавцы обычно заинтересованы в рынке товаров производственного назначения, поскольку продажи на нем идут крупными партиями, он легче

поддается прогнозу, имеет достаточно большую емкость. Но в силу того, что спрос на этом рынке является производным, колебания спроса на рынках потребительских товаров вызывают резкие колебания спроса на товары производственного назначения, причем намного более резкие, чем колебания первоначального спроса [36].

В современных условиях торговля товарами производственного назначения, как правило, требует выполнения дополнительных работ, связанных с повышением конкурентоспособности товаров: предпродажного сервиса и доработки, а также технического обслуживания машинно-технической продукции. Экспортные операции, связанные с данной формой торговли на внешнем рынке, оформляются контрактами купли-продажи, в которых, помимо общих условий продажи и основных положений сделки, оговаривается порядок проведения дополнительных работ, указываются условия поставки и формы расчетов, сроки предоставления гарантий.

Предпродажный сервис включает комплекс работ, связанных с расконсервацией товара, приведением его в состояние полной готовности к потреблению, цель которых – демонстрация выгодных сторон товара. В процессе этой работы не создается дополнительной стоимости, а затраты поставщиков или их агентов на предпродажный сервис покрываются за счет части стоимости, созданной при производстве товаров.

Предпродажная доработка товаров осуществляется с целью не только повышения конкурентоспособности товаров, но и для удовлетворения индивидуальных запросов потребителей. В результате предпродажной доработки товара создается дополнительная стоимость. В доработку обычно входят:

- доукомплектование поставленной продукции дополнительными агрегатами;
- замена узлов и деталей в целях соответствия стандартам страны-импортера и т.п. [26]

Важнейшим направлением производственной деятельности в сфере потребления является техническое обслуживание машин и оборудования, которое состоит из двух этапов: техническое обслуживание в гарантийный и послегарантийный период. Осуществление техобслуживания и предоставление сервисных услуг представляет важность при комплектных поставках оборудования. При этом экспортеры получают дополнительные возможности поставки запасных частей, эксплуатационных узлов и предоставления услуг через квалифицированных специалистов. Все это создает на потребительском рынке широкую сеть сервисного обслуживания, что выгодно как для импортера, так и для экспортера [34].

Таким образом, формирование экономико-управленческого механизма организации экспорта на предприятии – это сложный динамичный процесс, который реализуется с помощью определенного набора функций и методов, и эффективность которого зависит от выполнения определенных принципов.

2 АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТОМ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЗАО «ПКТБА»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Зарытое акционерное общество «Пензенское конструкторско-технологическое бюро арматуростроения» (ЗАО «ПКТБА») осуществляет свою деятельность с 1962 года.

Общество руководствуется в своей деятельности действующим законодательством, Уставом учредительным договором и иными внутренними документами Общества.

Предприятие зарегистрировано по адресу 440060, г. Пенза, проспект Победы, 75.

ЗАО «ПКТБА» производит следующие виды продукции, представленные на рисунке 2.1.

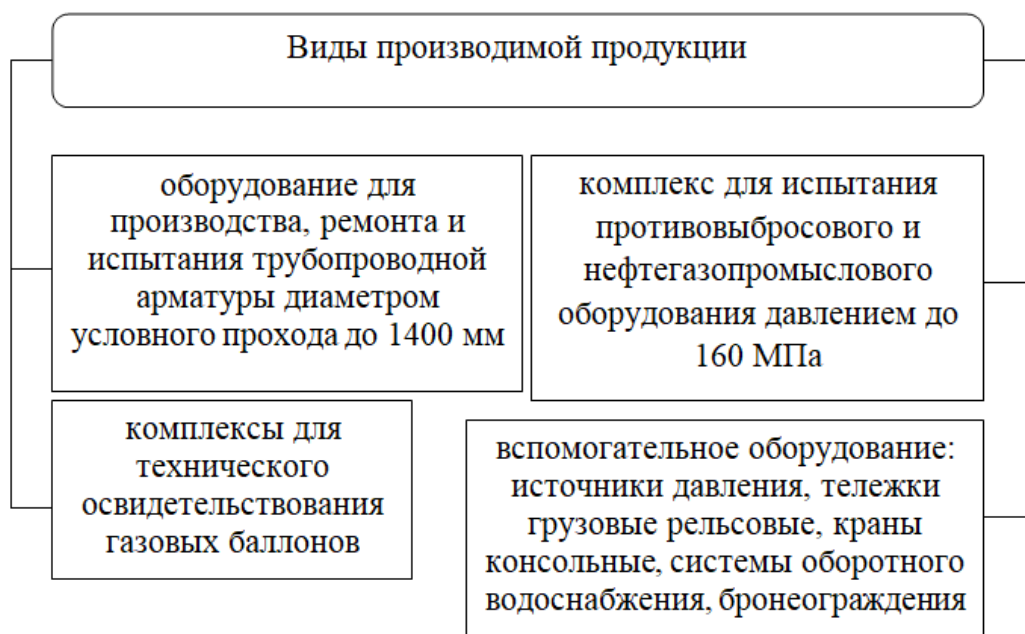


Рисунок 2.1 – Основные виды производимой продукции в ЗАО «ПКТБА»

У предприятия мощный станочный парк – более 200 единиц оборудования и высококвалифицированный штат сотрудников, что позволяет оперативно решать широкий круг задач: от разработки и изготовления отдельного станда до проектирования, строительства и сдачи цеха «под ключ», полностью укомплектованного производимым оборудованием.

ЗАО «ПКТБА» предоставляет квалифицированные услуги по следующим направлениям (рисунок 2.2).

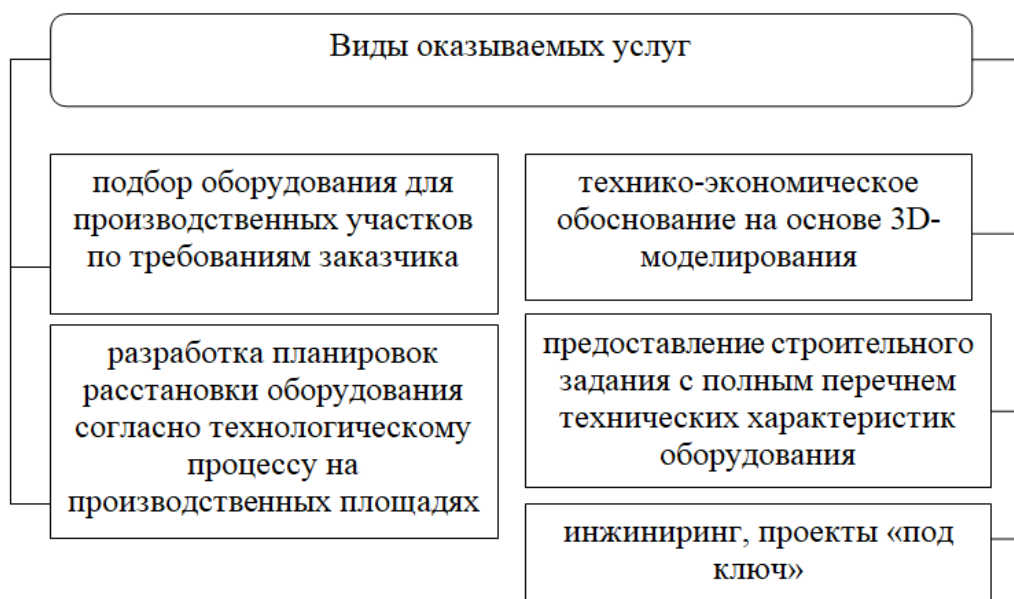


Рисунок 2.2 – Основные виды оказываемых услуг ЗАО «ПКТБА»

Максимально грамотное управление предприятием является неременным условием, обеспечивающим успешное выполнение поставленных планов и хозяйственных процессов.

Цель системы управления ЗАО «ПКТБА» – создание организационных условий для эффективного использования ресурсов и достижения целей, поставленных перед организацией.

Система управления организации состоит из взаимосвязанных элементов. Основные элементы системы управления построены в ЗАО «ПКТБА» в соответствии с принципами, отраженными на рисунке 2.3.

Система управления ЗАО «ПКТБА» является процессно-ориентированной. Ответственным за результаты и эффективность всех процессов, протекающих в организации, несет ЗАО «ПКТБА».

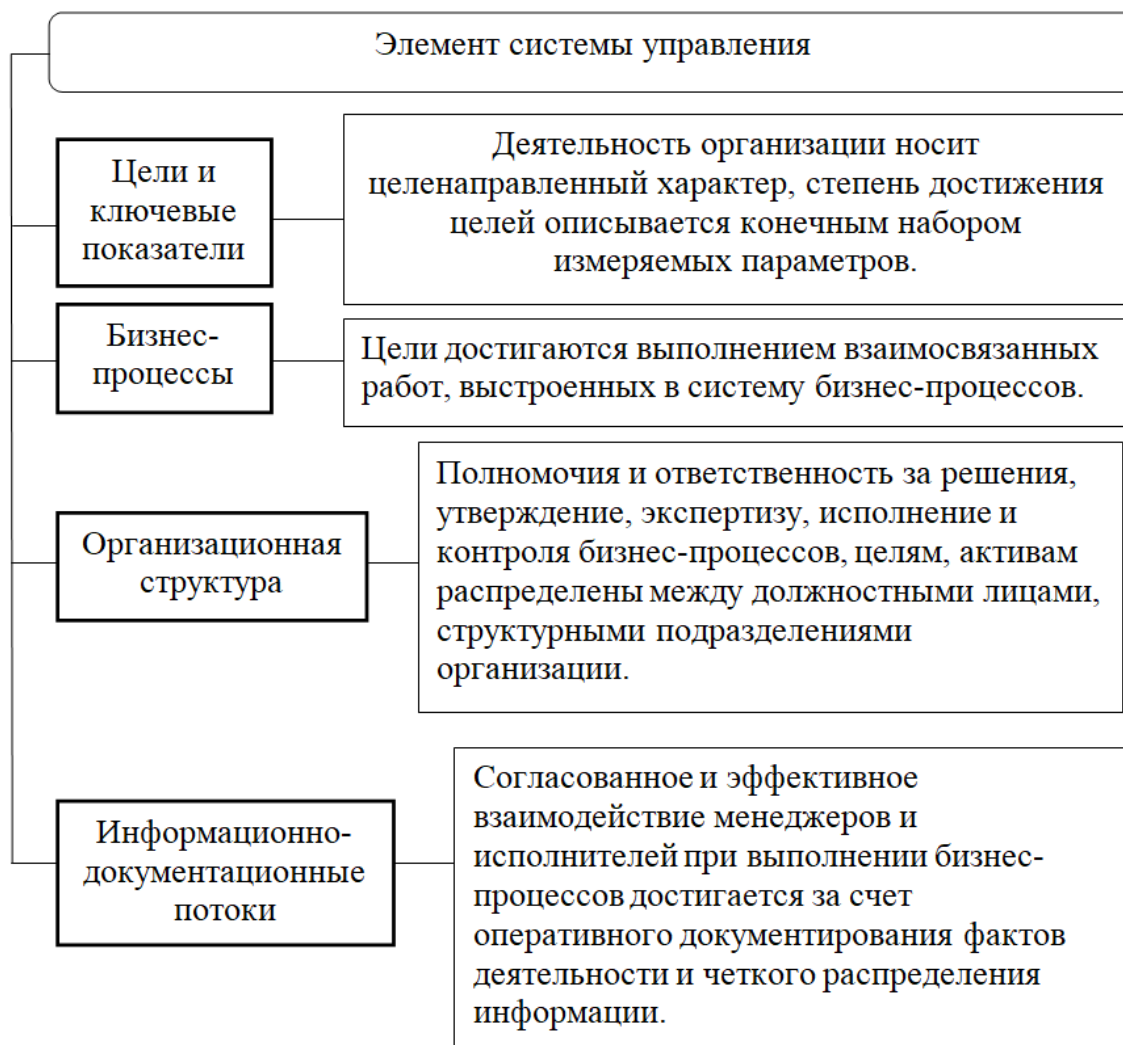


Рисунок 2.3 – Основные элементы системы управления ЗАО «ПКТБА»

Распределение обязанностей и делегирование полномочий руководителям структурных подразделений осуществляется в соответствии с утвержденным в ЗАО «ПКТБА» регламентом. За каждой управленческой функцией закреплен руководитель среднего звена, и он несет ответственность за качество ее реализации перед генеральным директором ЗАО «ПКТБА». Распределение полномочий в системе управления организации осуществляется следующим образом (рисунок 2.4).

Основой системы управления ЗАО «ПКТБА» является организационная структура, которая разрабатывается с целью распределения ответственности за результативность и эффективность бизнес-процессов, полномочий по управлению бизнес-процессами и взаимоотношений между работниками.

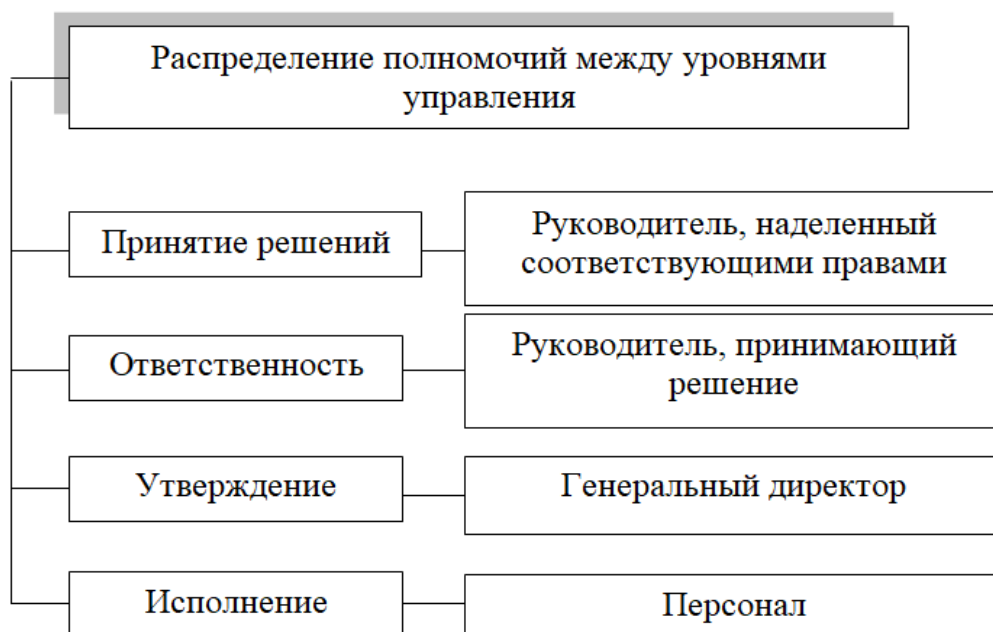


Рисунок 2.4 – Распределение полномочий в системе управления ЗАО «ПКТБА»

Существующая на предприятии организационная структура управления является линейно-функциональной, так как все функциональные подразделения замкнуты на линейных руководителях соответствующего уровня (приложение А).

На основании методики В.Э. Мильмана была дана оценка эффективности системы управления в ЗАО «ПКТБА» (таблица 2.1).

Приведенные в таблице данные свидетельствуют о среднем уровне эффективности системы управления в ЗАО «ПКТБА», наиболее значительное отклонение от нормы присутствует в показателях нормы управляемости, а также уровня автоматизации труда менеджеров компании.

По остальным показателям наблюдается незначительное отклонение от нормы.

Таблица 2.1

Оценка эффективности системы управления в ЗАО «ПКТБА»

Показатели	Норма	Факт (2021г)	Отклонение от нормы, (+,-)
Коэффициент управляемости	0,5	0,2	-0,3
Коэффициент уровня автоматизации труда работников аппарата управления	0,8	0,4	-0,4
Коэффициент экономичности труда работника аппарата управления	0,7	0,5	-0,2
Коэффициент результативности управления	0,9	0,6	-0,3
Коэффициент контроля	0,6	0,8	0,2
Коэффициент дублирования полномочий	0,3	0,4	0,1
Коэффициент делегирования полномочий	0,7	0,3	-0,4

Для оценки уровня развития организации необходимо рассмотреть изменение величины ее имущества и источников его финансирования, которые отражены в бухгалтерском балансе (приложение Б).

Динамика имущества ЗАО «ПКТБА» представлена на рисунке 2.5.

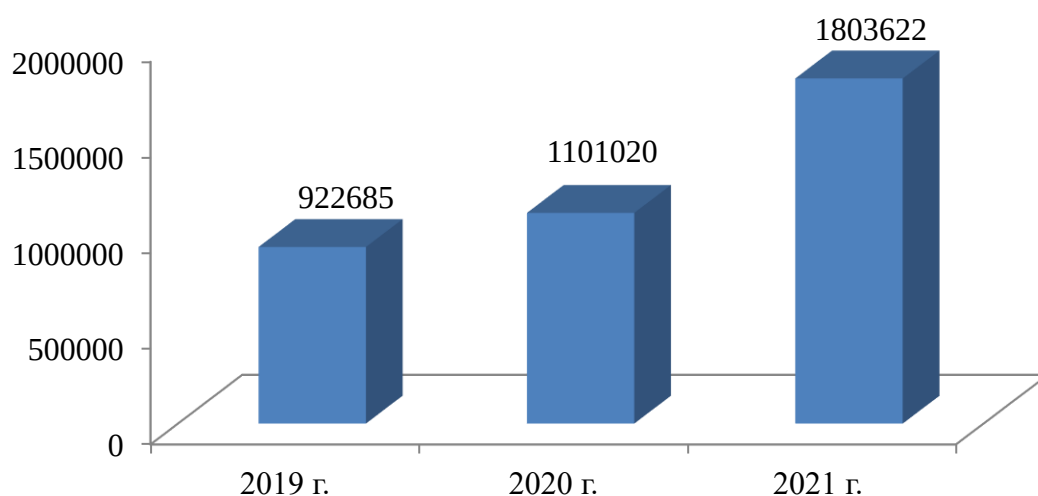


Рисунок 2.5 – Динамика имущества ЗАО «ПКТБА», тыс. руб.

Данные, представленные на рисунке, указывают на ежегодный рост имущества ЗАО «ПКТБА». Если в 2019 году стоимость имущества составляла 922685 тыс. руб., то к 2021 году оно увеличилось до 1803622 тыс. руб. или практически в 2 раза.

Имущество предприятия состоит из оборотных и внеоборотных активов. Изменение данных элементов в ЗАО «ПКТБА» представлено на рисунке 2.6.

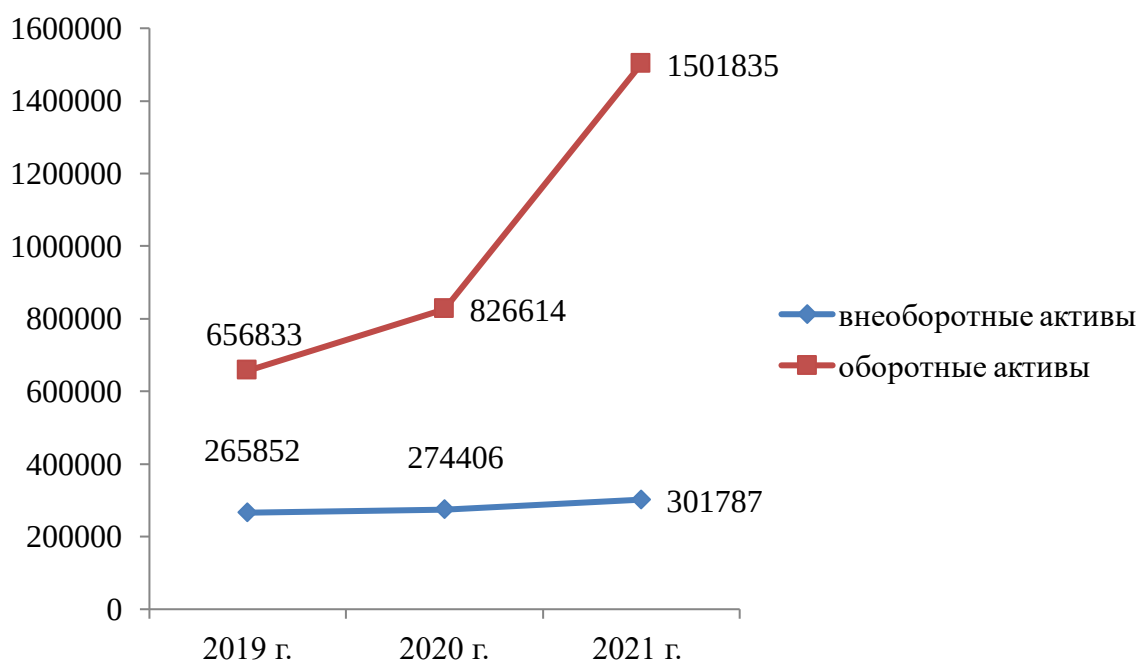


Рисунок 2.6 – Динамика основных элементов имущества ЗАО «ПКТБА», тыс. руб.

Приведенные данные показывают, что рост имущества предприятия обусловлен преимущественно существенным увеличением оборотных активов. За исследуемый период их стоимость выросла более чем в 2,2 раза и составила в 2021 году 1501835 тыс. руб. В то же время внеоборотные средства выросли на 13,5% и составили 301787 тыс. руб.

Все это повлияло на изменение структуры имущества организации (рисунок 2.7). Доля внеоборотных активов снизилась с 28,81% в 2019 году до 16,73% в 2021 году.

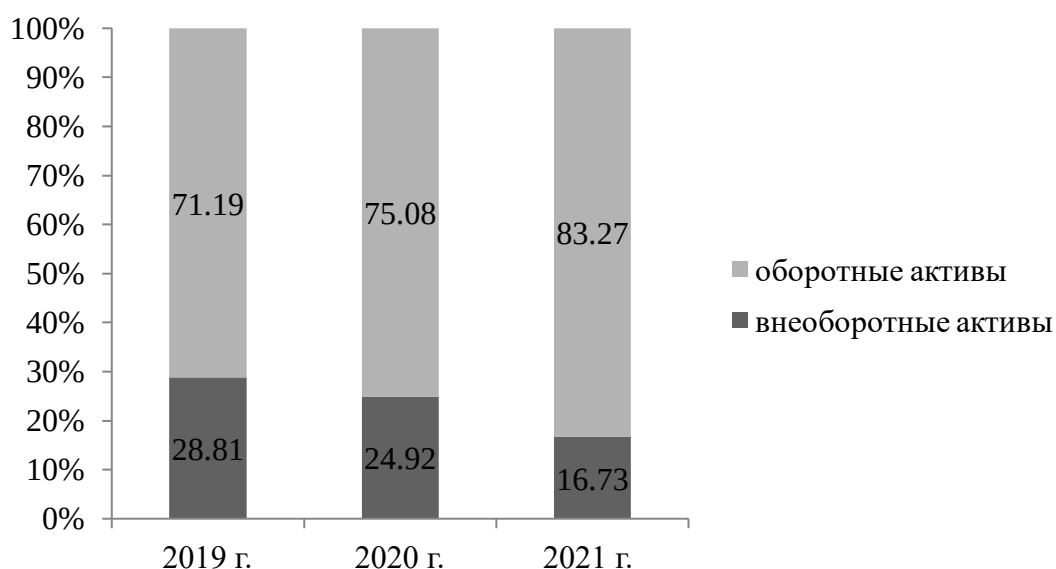


Рисунок 2.7 – Структура имущества ЗАО «ПКТБА», %

Как показывают данные приложения Б, внеоборотные активы представлены преимущественно основными средствами. В свою очередь, в оборотных активах наибольшую долю занимают запасы и дебиторская задолженность.

Для формирования имущества предприятия привлекаются как собственные, так и заемные средства, которые носят долгосрочный и краткосрочный характер. Динамика источников финансирования деятельности организации представлена на рисунке 2.8.

Приведенные на рисунке данные показывают, что на предприятии наблюдается динамика ежегодного роста собственного капитала с 338157 тыс. руб. в 2019 году до 566954 тыс. руб. в 2021 году или в 1,7 раза. При этом краткосрочные заемные средства увеличились с 581005 тыс. руб. в 2019 году до 1233278 тыс. руб. в 2021 году или в 2,2 раза. В то же время величина долгосрочных заемных средств снизилась с 3523 тыс. руб. в 2019 году до 3390 тыс. руб. в 2021 году или 3,8%. Собственный капитал предприятия представлен в большей степени нераспределенной прибылью, а долгосрочные обязательства отложенными налоговыми обязательствами. В

свою очередь краткосрочные обязательства составляют преимущественно кредиторская задолженность и краткосрочные займы.

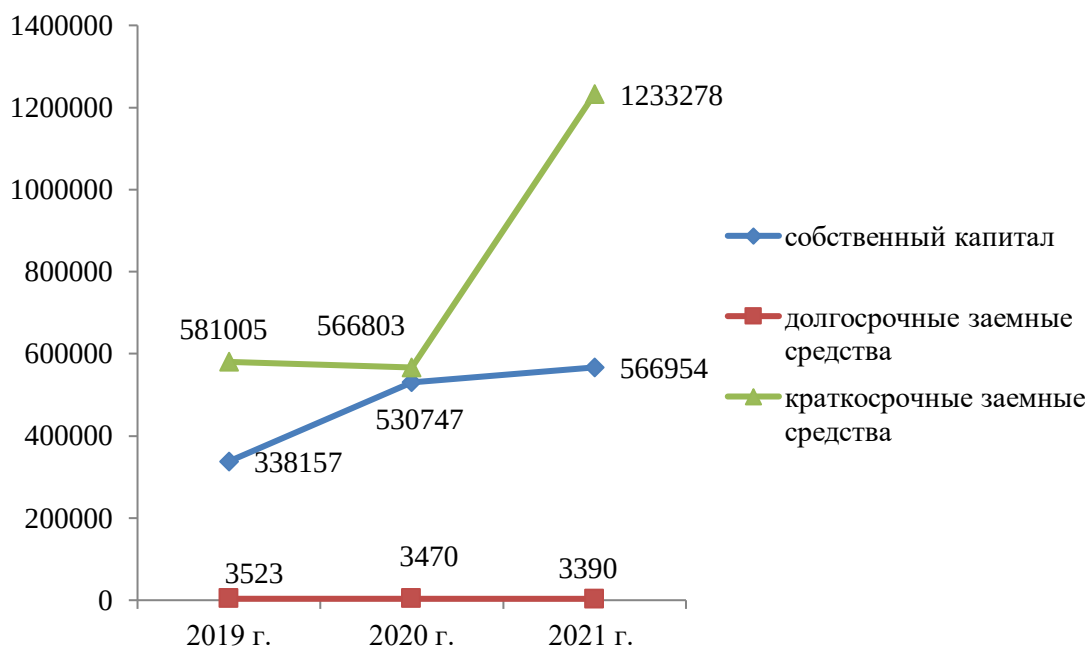


Рисунок 2.8 – Динамика источников формирования имущества
ЗАО «ПКТБА», тыс. руб.

Структура источников финансирования деятельности организации представлена на рисунке 2.9.

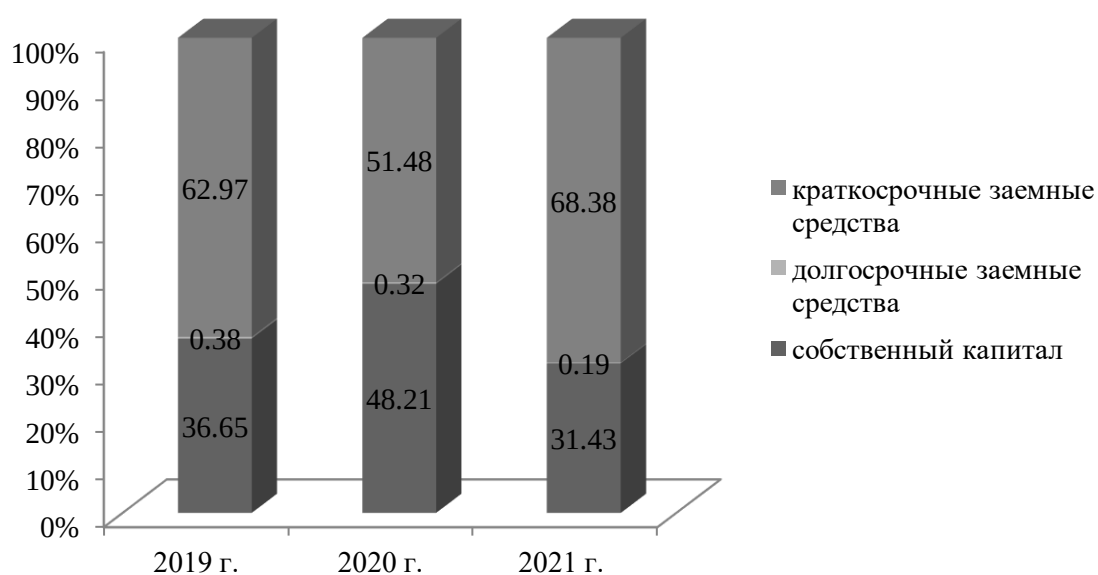


Рисунок 2.9 – Структура источников финансирования деятельности
ЗАО «ПКТБА», %

Приведенные данные показывают, что на предприятии наблюдается снижение доли краткосрочных обязательств с 62,97% в 2019 году до 68,8% в 2021 году. В свою очередь доля собственного капитала снизилась с 36,65% в 2019 году до 31,43% в 2021 году. Сложившаяся тенденция может негативно сказаться на финансовой устойчивости предприятия.

Динамика показателей финансовой устойчивости ЗАО «ПКТБА» приведена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Показатели финансовой устойчивости ЗАО «ПКТБА»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение (+,-) 2021 г. от 2020 г.
Коэффициент автономии	0,38	0,5	0,33	-0,05
Коэффициент отношения заемных и собственных средств	1,62	1	2,05	0,43
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств.	0,67	0,77	1,3	0,63
Коэффициент маневренности	-0,57	-0,13	-0,32	0,25

Исходя из представленных данных, можно отметить, что на предприятии наблюдается колебание финансовой устойчивости. При этом если в период 2019-2020 гг. наблюдался рост независимости предприятия от внешних источников финансирования, то к 2021 году произошло существенное увеличение зависимости. При этом на рубль собственных средств в 2019 году было привлечено 1,62 руб. заемных средств, то уже в 2021 году 2,05 руб. В то же время наблюдается тенденция вложения средств в мобильные активы, однако есть затруднения с осуществлением финансовых маневров.

Показатели платежеспособности ЗАО «ПКТБА» приведены в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Показатели платежеспособности ЗАО «ПКТБА»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение (+,-) 2021 г. от 2020 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,15	0,32	0,21
Коэффициент промежуточной (быстрой) ликвидности	0,11	0,15	0,32	0,21
Коэффициент текущей ликвидности	0,65	0,88	0,84	0,19

Данные таблицы показывают, что, несмотря на рост показателей платежеспособности в организации, все же они свидетельствуют о невозможности предприятия отвечать по своим обязательствам.

Для оценки динамики развития компании рассмотрим показатели, представленные в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Показатели, характеризующие развитие ЗАО «ПКТБА»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г., (+,-)
1	2	3	4	5
Выручка, тыс. руб.	1236819	1514683	1734537	497718
Себестоимость продаж, тыс. руб.	848622	965290	999269	150647
Прибыль от продаж, тыс. руб.	113603	293945	397972	284369

Продолжение таблицы 2.4

1	2	3	4	5
Чистая прибыль, тыс. руб.	63049	229100	310032	246983
Стоимость основных средств, тыс. руб.	258727	264942	290152	31425
Численность сотрудников, чел.	472	486	488	16
Фондоотдача, руб. / руб.	4,78	5,72	5,98	1,20
Производительность труда, тыс. руб. / чел.	2620,38	3116,63	3554,38	934,00
Рентабельность продаж, %	9,19	19,41	22,94	13,76
Рентабельность основной деятельности, %	13,39	30,45	39,83	26,44
Рентабельность активов, %	6,83	20,81	17,19	10,36

Как показывают приведенные в таблице данные, на предприятии наблюдается тенденция роста всех показателей эффективности. Так производительность труда выросла на 934 тыс. руб. и составила 3554,38 тыс. руб. на человека, фондоотдача выросла на 1,20 руб. и составила в 2021 году 5,98 руб. Рентабельность продаж выросла с 9,19% в 2019 году до 22,94% в 2021 году или на 13,76%. В свою очередь рентабельность основной деятельности выросла на 26,44%, составив 39,83%.

Таким образом, проведенный анализ показал, что организационные процессы в ЗАО «ПКТБА» налажены хорошо, система управления обеспечивает реализацию всех процессов в организации и наиболее полно отвечает специфики деятельности организации. Также происходит рост результатов деятельности компании при росте ее эффективности.

2.2 Оценка механизмов управления экспортом промышленной продукции на предприятии

Механизм управления экспортной деятельностью в ЗАО «ПКТБА» является частью механизма управления внешнеэкономической деятельностью. Реализацию механизма управления экспортной деятельностью в организации осуществляет специальная служба – отдел внешнеэкономической деятельности, организационная структура которого представлена на рисунке 2.10.

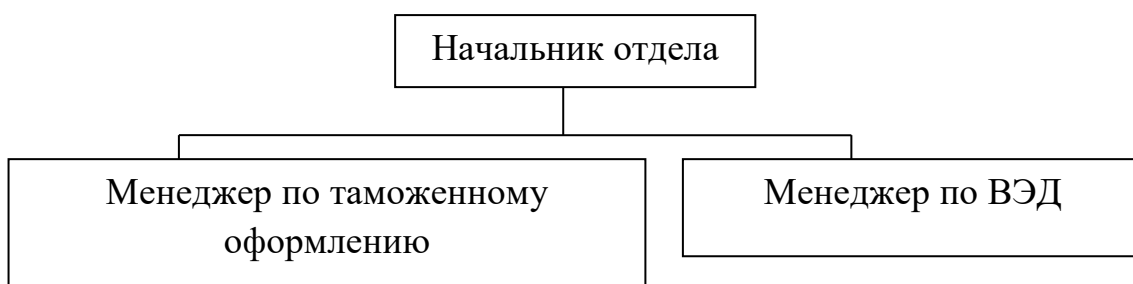


Рисунок 2.10 – Система управления экспортной деятельностью в ЗАО «ПКТБА»

Цель, задачи и функции отдела внешнеэкономической деятельности представлены на рисунке 2.11. Необходимо отметить, что задачи, указанные на рисунке, свидетельствуют об экспортной направленности внешнеэкономической деятельности ЗАО «ПКТБА». Соответственно экспортная деятельность для предприятия является более приоритетной, чем деятельность по организации импортных поставок. Данная тенденция обусловлена специализацией предприятия, предполагающая использование в производстве продукции преимущественно отечественных комплектующих изделий.

Механизм управления экспортной деятельности реализуется через определенные функции, которые представлены на рисунке 2.12.

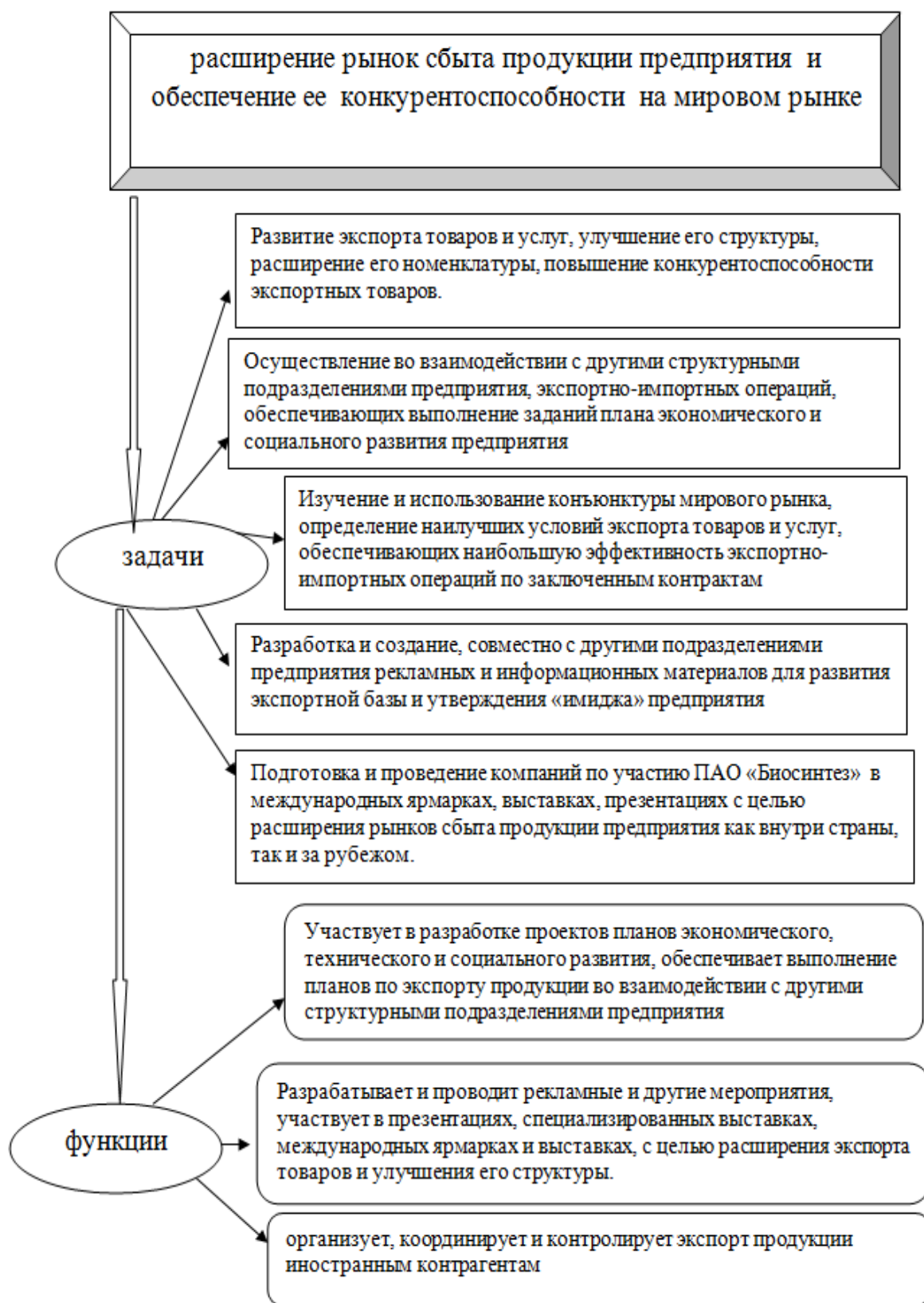


Рисунок 2.11 – Цель, задачи и функции отдела внешнеэкономической деятельности ЗАО «ПКТБА»

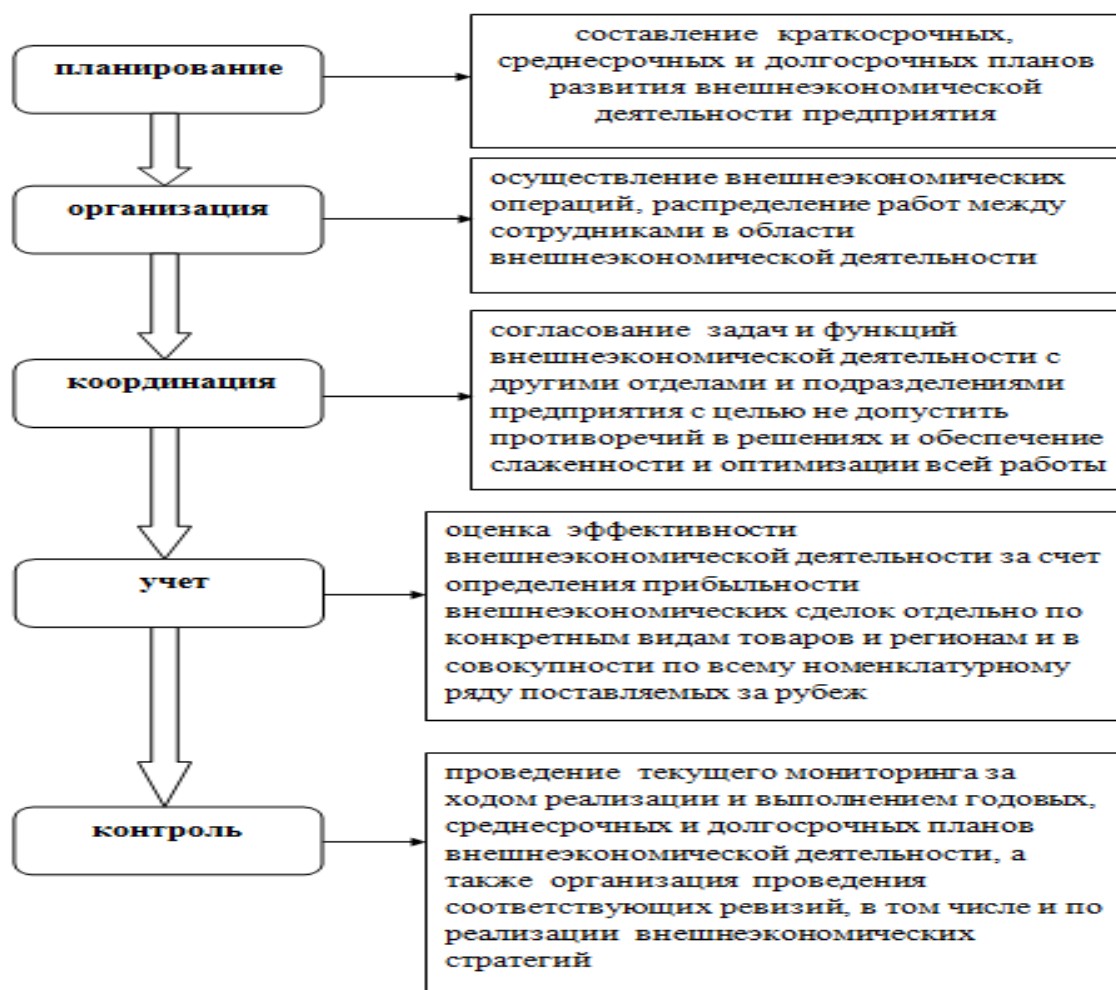


Рисунок 2.12 – Функции отдела внешнеэкономической деятельности
ЗАО «ПКТБА»

Штатная численность отдела внешнеэкономической деятельности ЗАО «ПКТБА» представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Штатная численность отдела внешнеэкономической деятельности
ЗАО «ПКТБА»

Должность	Количество сотрудников
Начальник отдела	1
Менеджер по ВЭД	3
Менеджер по таможенному оформлению	2
Итого	6

Начальник отдела ВЭД выполняет следующие функции (рисунок 2.13).

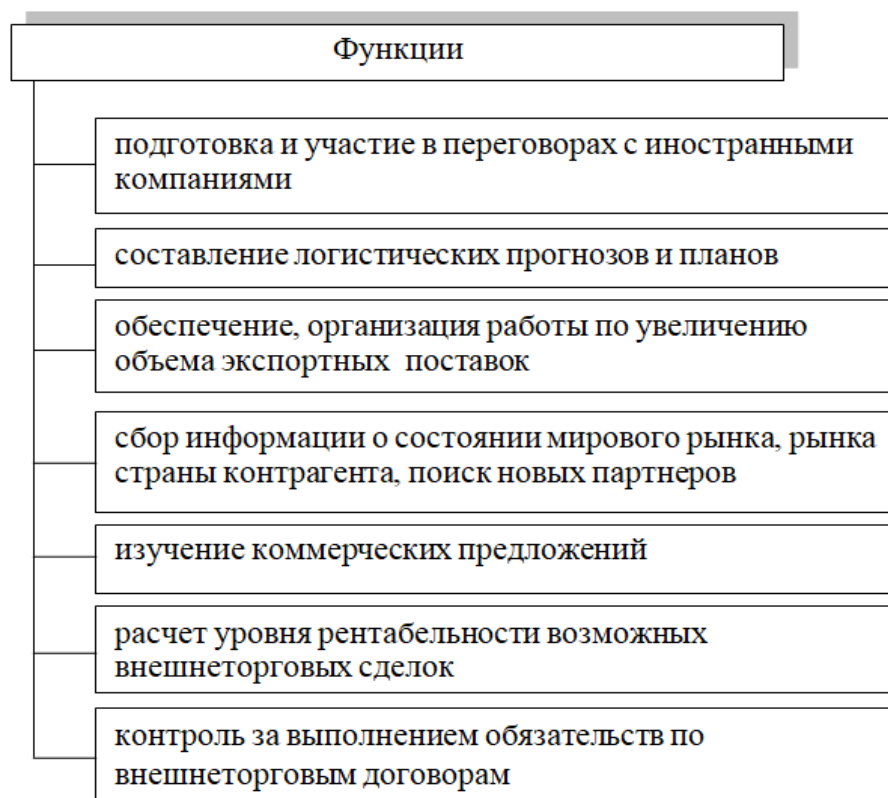


Рисунок 2.13 – Основные функции начальника отдела ВЭД ЗАО «ПКТБА»

Основные направления деятельности менеджера по ВЭД представлены на рисунке 2.14.

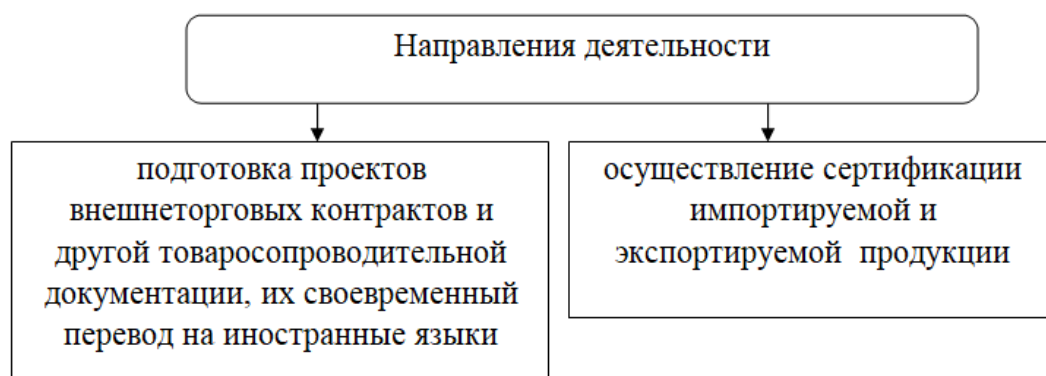


Рисунок 2.14 – Основные направления деятельности менеджера по ВЭД в ЗАО «ПКТБА»

Функциональные направления деятельности менеджера по таможенному оформлению представлены на рисунке 2.15.

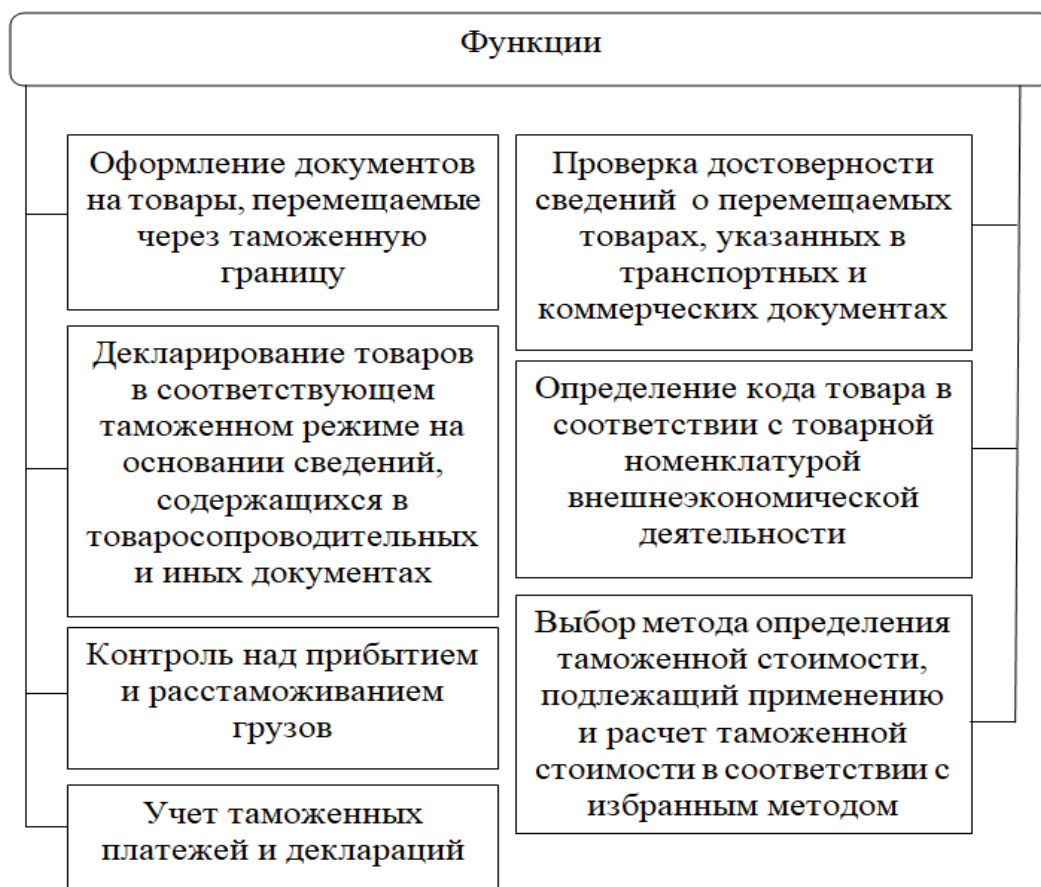


Рисунок 2.15 – Функциональные направления деятельности менеджера по таможенному оформлению

ЗАО «ПКТБА» осуществляет внешнеэкономическую деятельность самостоятельно, реализуя продукцию напрямую иностранным потребителям. Услугами сторонних организаций при осуществлении таможенных операций организация пользуется в случаях, когда необходимо: проверить или получить информацию о потенциальных зарубежных партнерах; оформить надлежащим образом документы, сопровождающие внешнеторговую сделку; получить консультации специалистов по внешнеэкономической деятельности.

Механизм управление развитием экспорта промышленной продукции в ЗАО «ПКТБА» осуществляется с помощью следующих инструментов (рисунок 2.16).

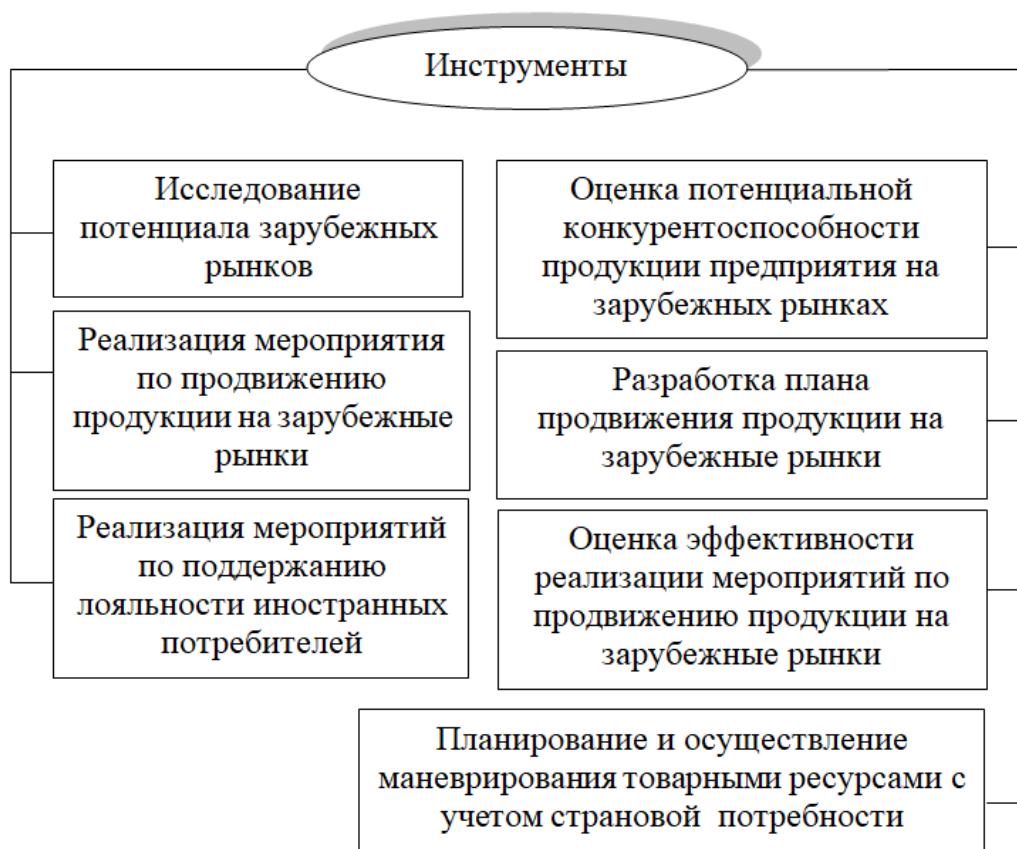


Рисунок 2.16 – Основные инструменты механизма управления экспортной деятельностью в ЗАО «ПКТБА»

Исследование потенциала зарубежных рынков в ЗАО «ПКТБА» осуществляется начальником отдела ВЭД. Оценка потенциальных зарубежных рынков проводится на основе сбора и обработки вторичных данных: специализированной литературы, Интернет-источников, данных регионального экспортного центра.

Оценка потенциальной конкурентоспособности продукции предприятия проводится одновременно с исследованием потенциала зарубежных рынков путем сравнения как ценовых, так и функциональных характеристик с характеристиками продуктов, предлагаемых на данных зарубежных рынках. Также оцениваются вопросы необходимости подготовки

документов, подтверждающих качество продукции на соответствие установленным в данной стране стандартам.

Исследования показали, что в организации не осуществляется планирование мероприятий по продвижению продукции на выбранных зарубежных рынках. Мероприятия планируются и реализуются стихийно по мере возникновения необходимости в них.

Основными мероприятиями по продвижению продукции на зарубежные рынки, реализуемыми в ЗАО «ПКТБА» являются: участие в международных выставках, применение инструментов digital-маркетинга, паблик рилейшнз, организация личных продаж.

Динамика количества выставок, в которых ЗАО «ПКТБА» приняло участие, представлена на рисунке 2.17.

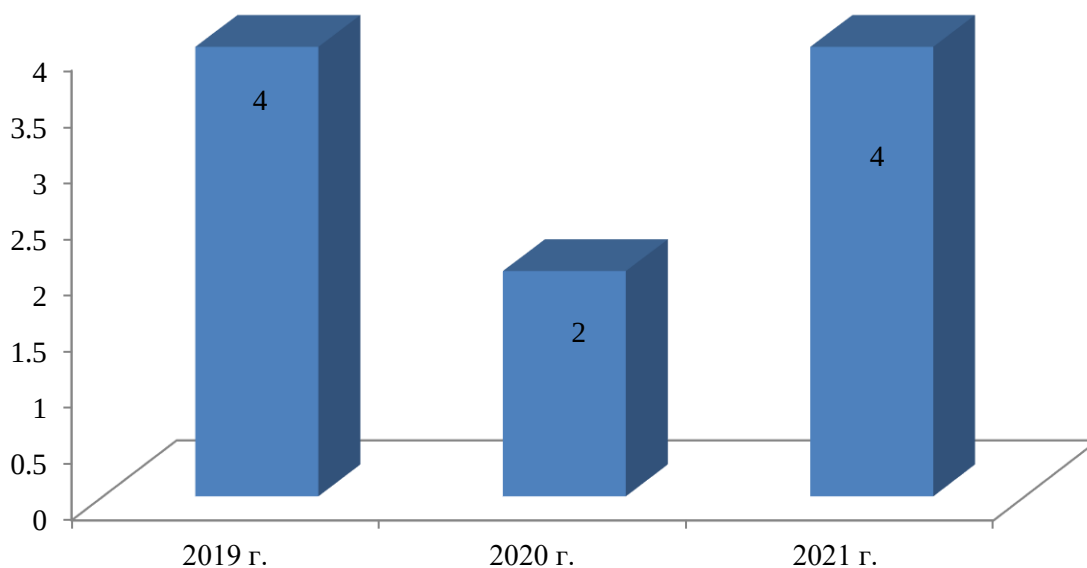


Рисунок 2.17 – Количество международных выставок, в которых ЗАО «ПКТБА» приняло участие, ед.

Таким образом, ЗАО «ПКТБА» ежегодно принимает участие в 4 международных выставках, за исключением 2020 года, когда организация приняла участие лишь в двух выставках (таблица 2.6).

Как показывают приведенные данные ЗАО «ПКТБА» старается принимать участие на международных выставочных площадках в странах,

которые рассматриваются в качестве потенциального сбыта продукции. Причем в качестве выставочных площадок выбираются те, что по оценкам экспертов приносят наибольший эффект.

Таблица 2.6

Наименование международных выставочных площадок в которых
ЗАО «ПКТБА» приняло участие

Год	Наименование			
	Петербургский Международный газовый форум	«Нефть. Газ. Технологии 2021», Уфа	Металлообработка, г. Москва	ADIPEC 2021, ОАЭ
2019г.	+	+	+	+
2020г.	+	-	+	-
2021г.	+	+	+	+

Основным из показателей результативности выставочных мероприятий является количество полученных контактов (рисунок 2.18).

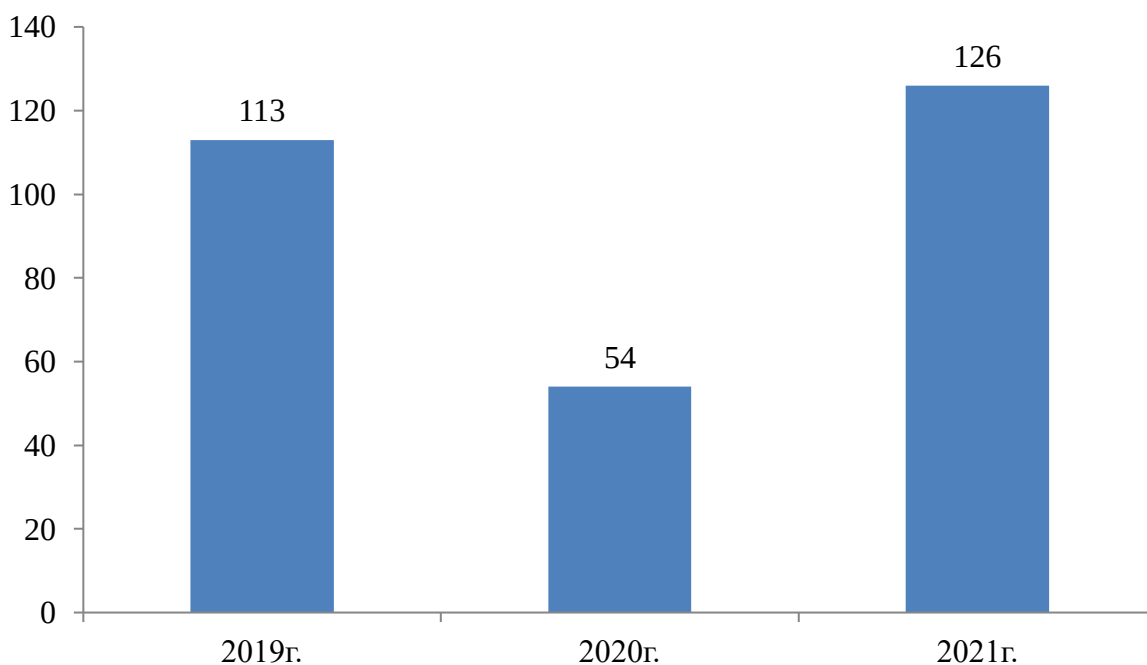


Рисунок 2.18 – Результативность участия ЗАО «ПКТБА» на международных выставочных площадках, количество контактов

Как показывают приведенные данные наиболее эффективным, с точки зрения полученных деловых контактов стал 2021 год. В результате участия в международных выставках было получено 126 деловых контактов, что на 11,5% больше чем в 2019 году.

Эффективность выставочной деятельности определяется не только количеством контактов, но и количеством заключенных контрактов и контактов, по которым ведутся переговоры (таблица 2.7).

Таблица 2.7

Эффективность участия ЗАО «ПКТБА» на международных
выставочных площадках

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Количество деловых контактов, ед.	113	54	126
Количество заключенных контрактов, ед.	13	8	16
Удельный вес контрактов от общего объема деловых контактов, %	11,50	14,81	12,70
Количество контактов, по которым ведутся переговоры о поставках, ед.	9	4	11
Доля контактов, по которым ведутся переговоры о поставках от общего количество деловых контактов, %	7,96	7,41	8,73

Как показывают приведенные данные, в среднем эффективность от участия в международных выставочных мероприятиях составляет порядка 11-15%.

Паблик рилейшнз реализуется посредством размещения материалов о деятельности организации и ее продукции в специализированных международных журналах и информационных интернет ресурсах (рисунок 2.19). Как показывают приведенные данные ЗАО «ПКТБА» активно использует такой инструмент продвижения продукции как паблик рилейшнз. Количество мероприятий в рамках данного инструмента выросло с 2 единиц в 2019 году до 3 единиц в 2021 году.

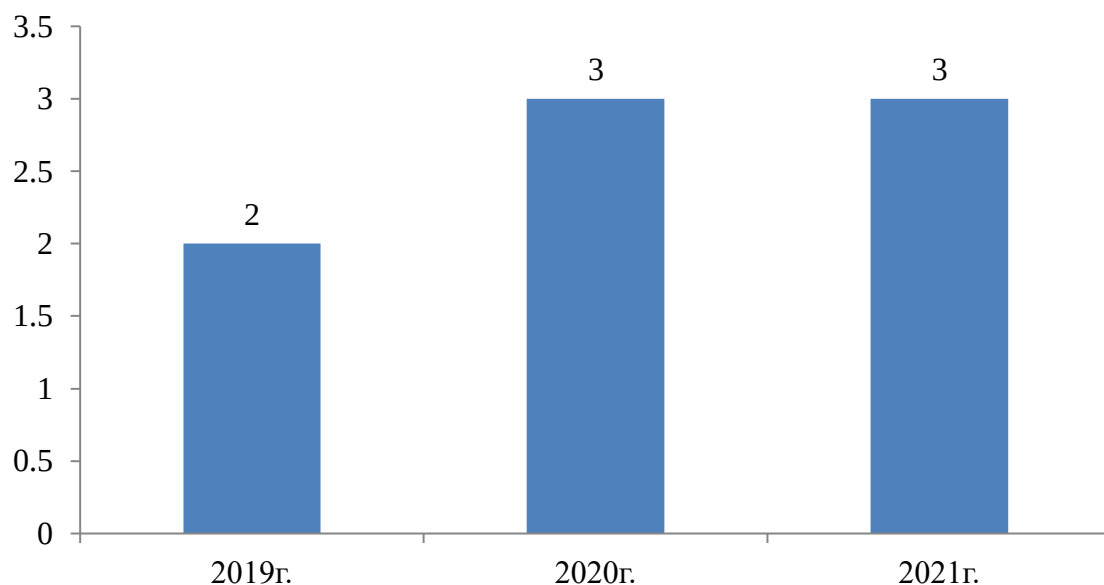


Рисунок 2.19 – Количество мероприятий публик рилейшнз в ЗАО «ПКТБА», ед.

Одним их активно используемых инструментов продвижения продукции на зарубежные рынки в ЗАО «ПКТБА» являются персональные продажи, предполагающие проведение индивидуальных презентаций для конкретного клиента. Динамика персональных продаж в ЗАО «ПКТБА» представлена на рисунке 2.20.

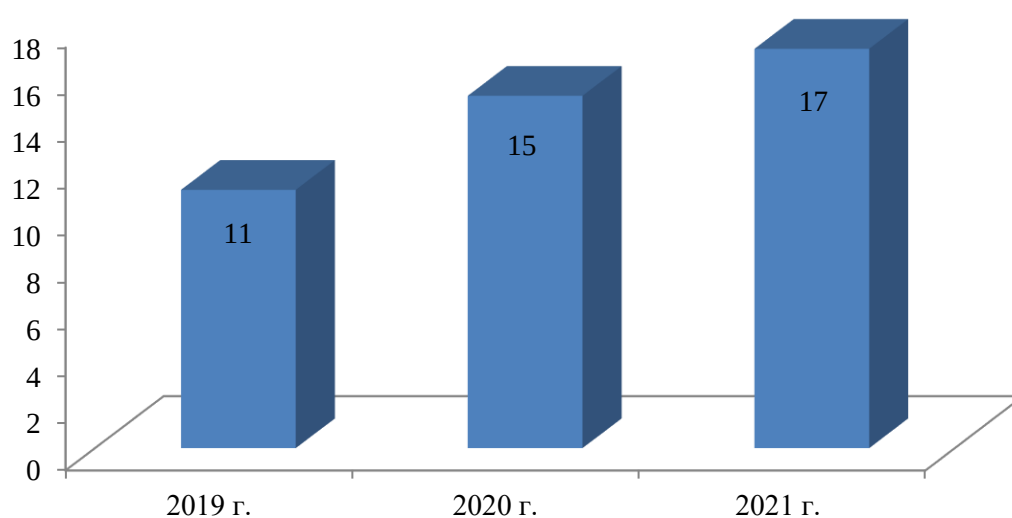


Рисунок 2.20 – Количество персональных продаж, ед.

Как показывают приведенные на рисунке данные, на предприятии наблюдается динамика роста количества персональных продаж с 3 единиц в 2019 году до 7 единиц в 2021 году. Эффективность персональных продаж также оценивается количеством заключенных контрактов (таблица 2.8).

Таблица 2.8

Эффективность личных продаж в ЗАО «ПКТБА»

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Количество личных продаж, ед.	11	15	17
Количество заключенных контрактов, ед.	4	6	8
Удельный вес контрактов от общего количества личных продаж, %	36,36	40,00	47,06

Как показывают приведенные данные, эффективность личных продаж ежегодно увеличивается с 36,36% в 2019 году до 47,06% в 2021 году, что считается высоким показателем эффективности для данного инструмента механизма управления экспортом на предприятии.

Инструменты digital-маркетинга начали применяться в 2021 году и представляют собой таргетированную рекламу в странах ближнего зарубежья.

Поддержание лояльности выражается в предоставлении скидки как от объема поставляемой партии, так и при повторном заключении контракта на поставку продукции потребителю. Необходимо отметить, что размер скидок не регламентирован и определяется персонально для каждого клиента.

Таким образом, существующий механизм управления развитием экспортной деятельности на предприятии включает широкий перечень инструментов.

2.3 Анализ эффективности реализации механизмов развития экспорта промышленной продукции на предприятии

Эффективность реализации механизмов развития экспортной деятельности в организации может быть оценена, прежде всего, через динамику внешней торговли (рисунок 2.21).

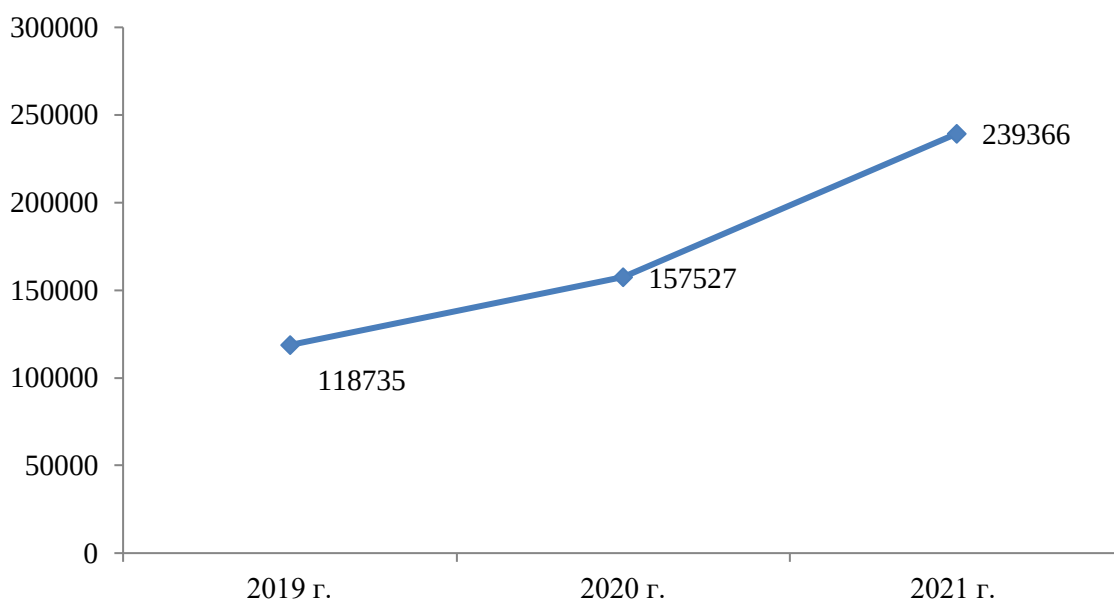


Рисунок 2.21 – Динамика экспорт в ЗАО «ПКТБА», тыс. руб.

Представленные на рисунке данные показывают, что объем экспорта за исследуемый период увеличился с 118735 тыс. руб. в 2019 году до 239366 тыс. руб. в 2021 году или в 2,1 раза.

Доля экспорта в общем объеме выручки ЗАО «ПКТБА» представлена на рисунке 2.22.

Представленные на рисунке данные свидетельствуют о ежегодном росте доли внешнеторговых операций в общем объеме реализации. Так если в 2019 году доля экспорта составила 9,6%, то к 2021 году она возросла до 13,8%. Все это свидетельствует об эффективности применяемого на предприятии механизма управления экспортом.

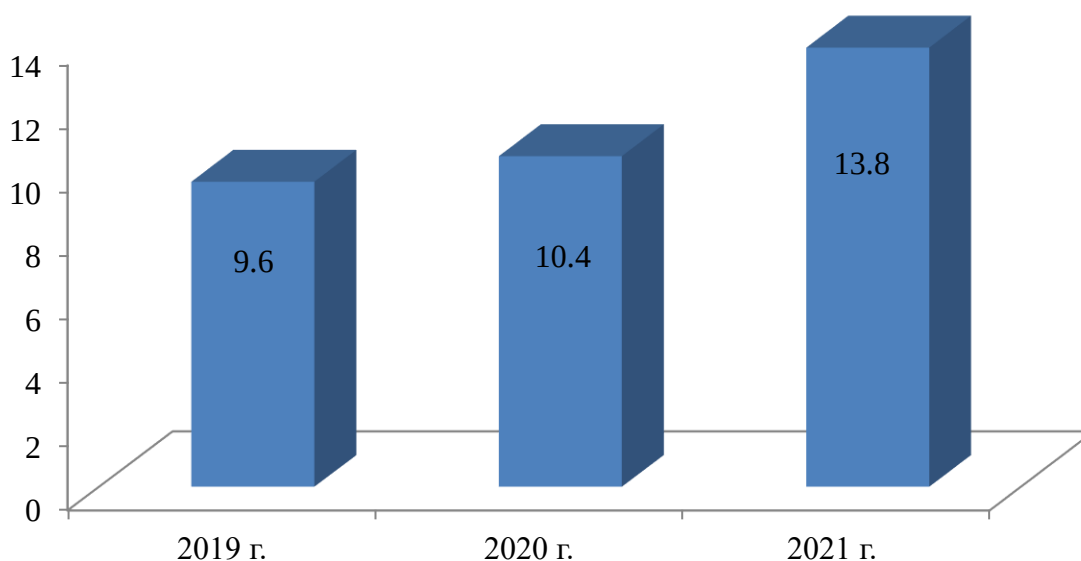


Рисунок 2.22 – Доля экспорта в общем объеме выручки
ЗАО «ПКТБА», %

Динамика экспорта по видам продукции представлена на рисунке 2.9.

Таблица 2.9

Динамика экспорта ЗАО «ПКТБА» по видам продукции, тыс. руб.

Вид продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г., (+,-)
Испытательное оборудование	31227	36389	68459	37232
Ремонтное оборудование	22085	32608	39256	17171
Оборудование для производства трубопроводной арматуры	12586	17801	22500	9915
Мобильные мастерские	30040	44738	70134	40094
Прочее оборудование	22797	25992	39017	16220

Приведенные данные показывают, что по всем видам экспортируемой продукции наблюдается рост экспортных продаж. Причем необходимо отметить, что наибольший объем экспортных продаж наблюдается по

мобильным мастерским – рост составил 2,3 раза. Также существенно вырос объем экспортных поставок испытательного оборудования – в 2,1 раза. По всем остальным видам продукции рост составил более 70%.

Структура экспорта по видам продукции представлена в таблице 2.10, а за 2021 год – на рисунке 2.23.

Таблица 2.10

Структура экспорта продукции в ЗАО «ПКТБА», %

Вид продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г., (+,-)
Испытательное оборудование	26,3	23,1	28,6	2,3
Ремонтное оборудование	18,6	20,7	16,4	-2,2
Оборудование для производства трубопроводной арматуры	10,6	11,3	9,4	-1,2
Мобильные мастерские	25,3	28,4	29,3	4,0
Прочее оборудование	19,2	16,5	16,3	-2,9

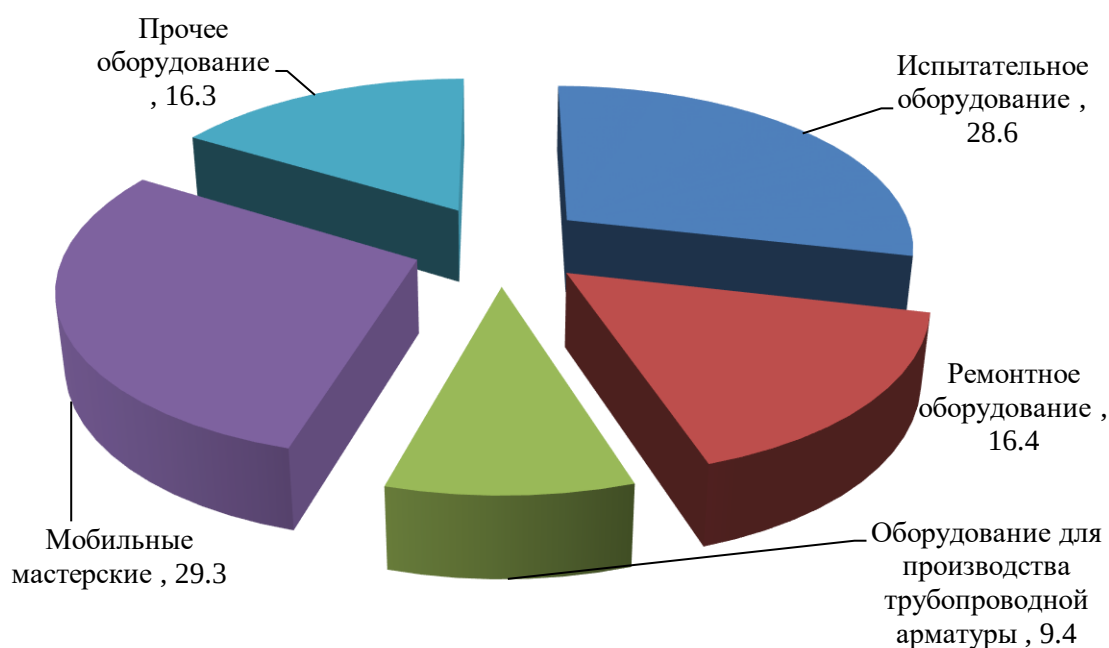


Рисунок 2.23 – Структура экспорта по видам продукции в 2021 г., %

Приведенные данные показывают, что структура экспорта не претерпела существенных изменений. Более половины экспорта приходится на испытательное оборудование и мобильные мастерские. Причем доля испытательного оборудования выросла при колебании по годам с 26,3% в 2019 году до 28,6% в 2021 году. Также на 4,0% увеличилась доля мобильных мастерских.

Динамика экспорта продукции по странам представлена в таблице 2.11.

Таблица 2.11

Динамика экспорта продукции ЗАО «ПКТБА» по странам, тыс. руб.

Вид продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г., (+,-)
Турция	4868	5671	11490	6621
Саудовская Аравия	15198	22841	43325	28127
Румыния	2493	2520	2633	140
Венгрия	7005	9924	16995	9990
Польша	8193	11184	12686	4494
Египет	2731	4883	11011	8280
Индонезия	8549	10082	19867	11318
Таиланд	6768	6616	9096	2328
Болгария	5462	13075	6224	762
Азербайджан	16979	18273	33990	17011
Иран	13773	16383	18192	4419
Чехия	4274	11342	10293	6018
Пакистан	12586	17958	32554	19968
Прочие	9855	6616	11011	1156

Данные таблицы показывают, что компания реализует продукцию более чем в 15 стран мира. В отдельные страны осуществлялись разовые поставки. При этом во многие страны экспорт осуществляется на постоянной основе. Причем по всем этим странам наблюдается тенденция роста

экспортных поставок. Наибольший рост наблюдается в Саудовскую Аравию. В 2021 году в эту страну экспорт составил 43325 тыс. руб. что на 28127 тыс. руб. больше чем в 2019 году. Также более чем в 2 раза увеличился экспорт в Пакистан с 12586 тыс. руб. в 2019 году до 32554 тыс. руб. в 2021 году или на 19968 тыс. руб.

Структура экспорта ЗАО «ПКТБА» по странам представлена в таблице 2.12.

Таблица 2.12

Структура экспорта продукции ЗАО «ПКТБА» по странам, %

Вид продукции	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г., (+,-)
Турция	4,1	3,6	4,8	0,7
Саудовская Аравия	12,8	14,5	18,1	5,3
Румыния	2,1	1,6	1,1	-1,0
Венгрия	5,9	6,3	7,1	1,2
Польша	6,9	7,1	5,3	-1,6
Египет	2,3	3,1	4,6	2,3
Индонезия	7,2	6,4	8,3	1,1
Таиланд	5,7	4,2	3,8	-1,9
Болгария	4,6	8,3	2,6	-2
Азербайджан	14,3	11,6	14,2	-0,1
Иран	11,6	10,4	7,6	-4,0
Чехия	3,6	7,2	4,3	0,7
Пакистан	10,6	11,4	13,6	3,0
Прочие	8,3	4,2	4,6	-3,7

Как показывают приведенные в таблице данные, структура экспорта по странам не претерпела существенных изменений. Произошло увеличение доли экспорта в Саудовскую Аравию выросла на 5,3% в 2021 году по сравнению с 2019 годом и составила 18,1%. Практически в 2 раза выросла

доля экспорта в Египет – с 2,3% в 2019 году до 4,6% в 2021 году. Также выросла доля экспорта в Пакистан с 10,6% в 2019 году до 13,6% в 2021 году или на 3,0%. В то же время наблюдается снижение доли экспорта в Иран с 11,6% в 2019 году до 7,6% в 2021 году или на 4,0%. По остальным направлениям доля экспорта изменилась

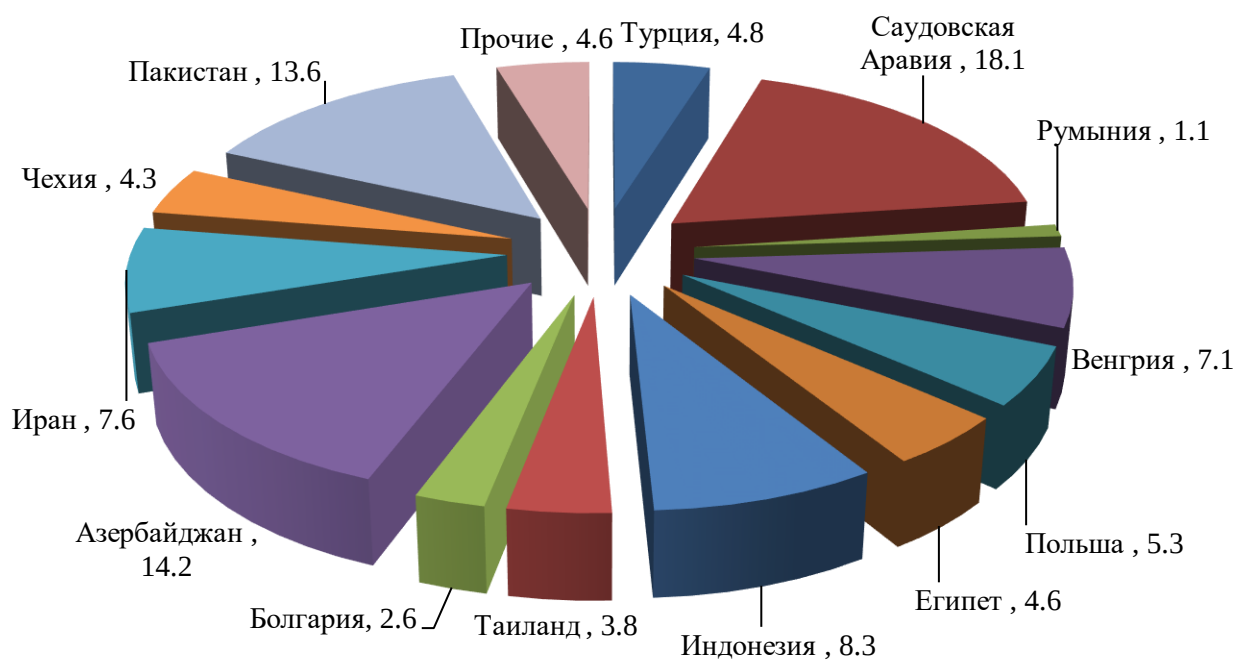


Рисунок 2.24 – Структура экспорта ЗАО «ПКТБА» по странам, %

Данные рисунка показывают, что в структуре экспорта нет четко выраженного лидера. Наибольшая доля экспорта приходится на Саудовскую Аравию, а именно 18,1%, чуть меньшая доля экспорта приходится на Азербайджан, а именно 14,2%, тройку лидеров в структуре экспорта занимает Пакистан с долей в 13,6%.

Для оценки эффективности реализации механизма управления экспортом промышленной продукции на предприятии необходимо рассмотреть динамику экспортной прибыли (рисунок 2.25).

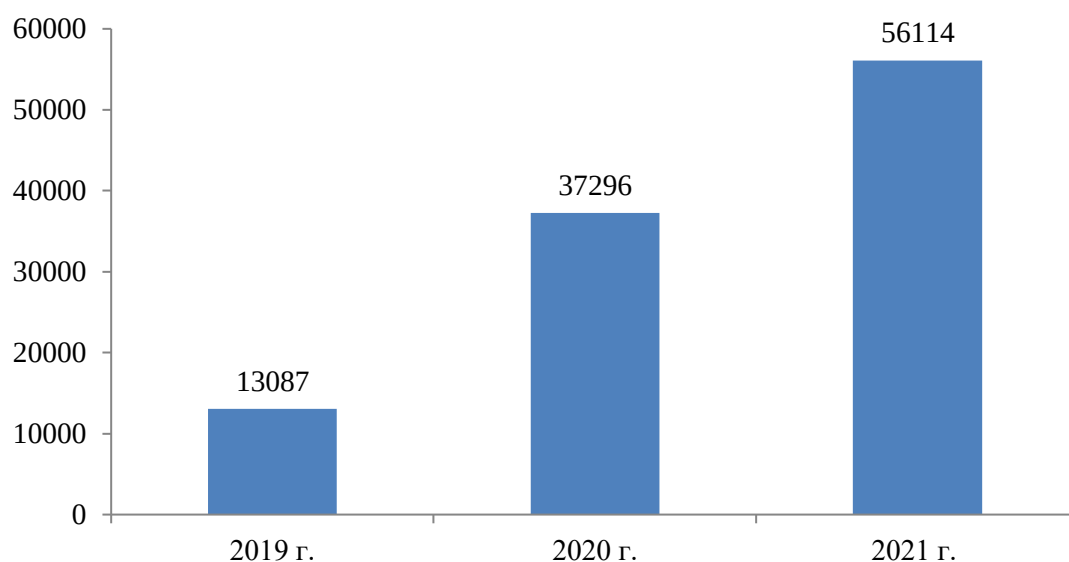


Рисунок 2.25 – Динамика экспортной прибыли ЗАО «ПКТБА», тыс. руб.

Как показывают данные, экспортная прибыль предприятия ежегодно увеличивается. За исследуемый период она выросла с 13087 тыс. руб. в 2019 году до 56114 тыс. руб. в 2021 году или в 4,3 раза. Все это свидетельствует о высокой эффективности действующего механизма управления экспортной деятельностью на предприятии.

Динамика доли экспортной прибыли в общей прибыли от продаж ЗАО «ПКТБА» представлена на рисунке 2.26.

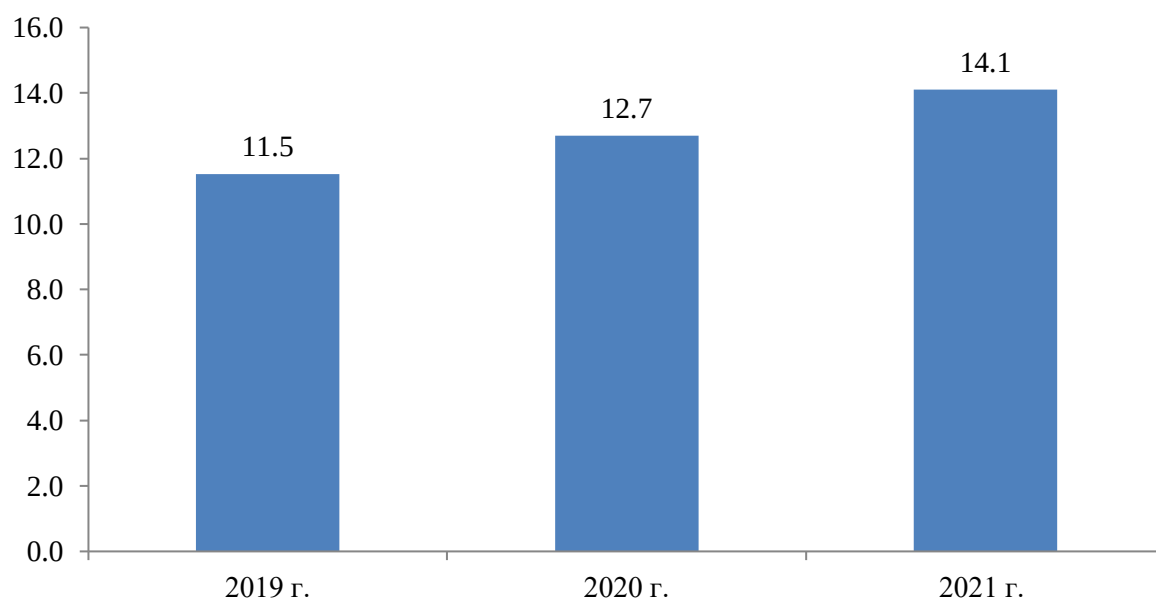


Рисунок 2.26 – Доля экспортной прибыли ЗАО «ПКТБА» в общей прибыли от продаж, %

Как показывают приведенные данные, на предприятии наблюдается ежегодный рост доли экспортной прибыли в общей прибыли от продаж с 11,5% в 2019 году до 14,1% в 2021 году или на 2,6%. Сложившаяся динамика также свидетельствует о высокой эффективности существующего механизма управления экспортной деятельностью.

Для оценки эффективности механизма управления экспортом также могут быть использованы показатели рентабельности (рисунок 2.27).

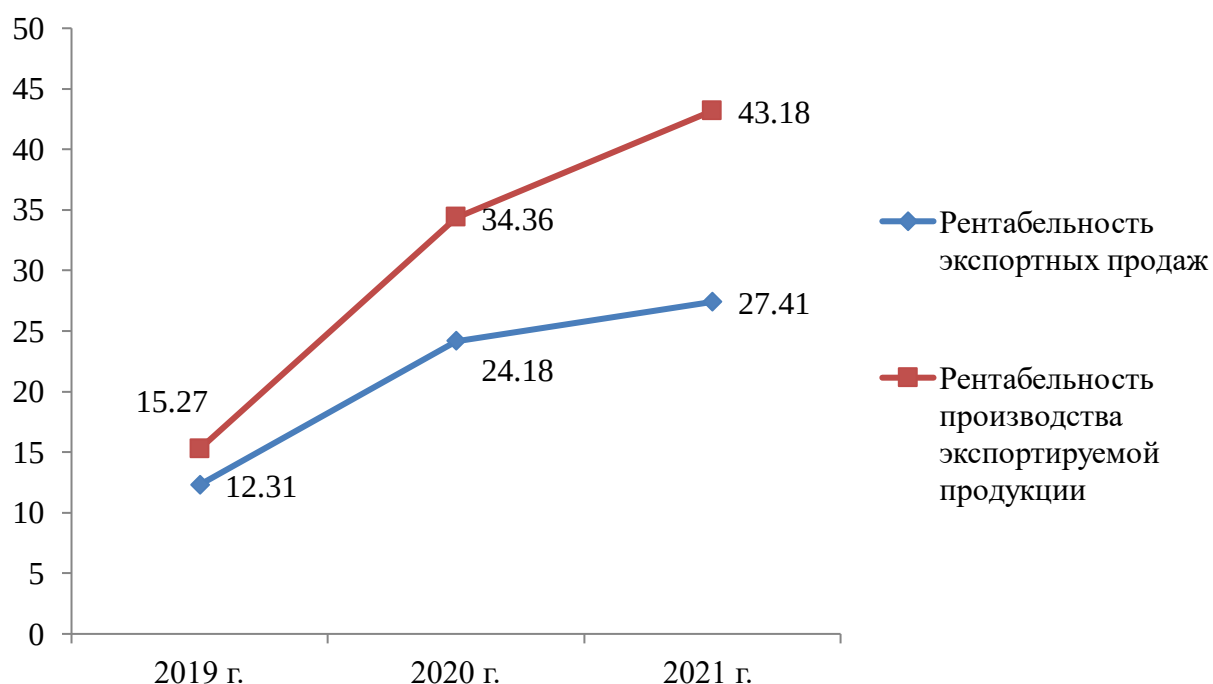


Рисунок 2.27 – Показатели рентабельности экспортной деятельности ЗАО «ПКТБА», %

Как показывают приведенные данные, на предприятии наблюдается рост рентабельности экспортной деятельности. Так рентабельность экспортных продаж выросла за исследуемый период с 15,27% в 2019 году до 43,18% в 2021 году или на 27,91%. Также более чем в 2 раза выросла рентабельность производства экспортируемой продукции и составила в 2021 году 27,41%. Динамика данных показателей также свидетельствует об эффективности существующего механизма управления экспортной деятельностью предприятия.

Сравнительная оценка рентабельности общих продаж и рентабельности экспортных продаж представлена на рисунке 2.28.

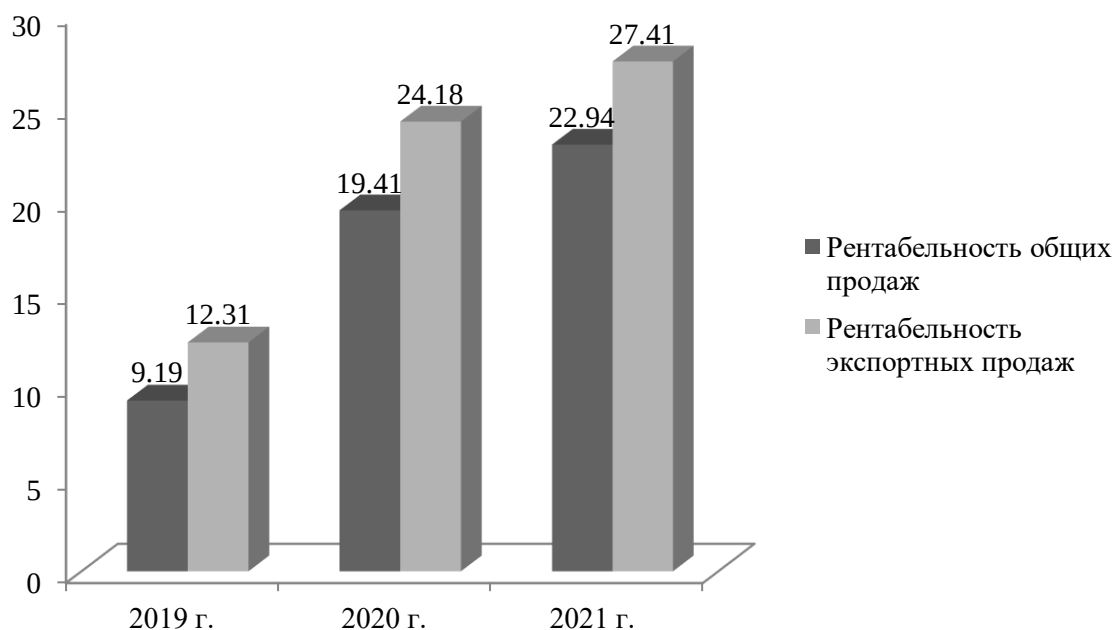


Рисунок 2.28 – Сравнительная оценка рентабельности общих продаж и рентабельности экспортных продаж ЗАО «ПКТБА», %

Приведенные на рисунке данные свидетельствуют, что экспортная деятельность является более доходной для предприятия, чем общая производственно-хозяйственная деятельность. Причем разница в доходности ежегодно возрастает. Так если рентабельность экспортных продаж превышала рентабельность общих продаж на 3,12%, то в 2021 году уже на 4,47%. Все это свидетельствует о высокой эффективности механизма экспорта промышленной продукции на предприятии.

Однако, несмотря на высокую эффективность существующего механизма, есть определенные проблемы в организации экспортной деятельности (рисунок 2.29). Во-первых, отсутствуют инструменты стратегического планирования экспортной деятельности. Несмотря на активный рост экспортной деятельности, она носит бессистемный характер и отсутствует целенаправленная работа как на освоенных рынках, так и на рынках куда планируются экспортные поставки.

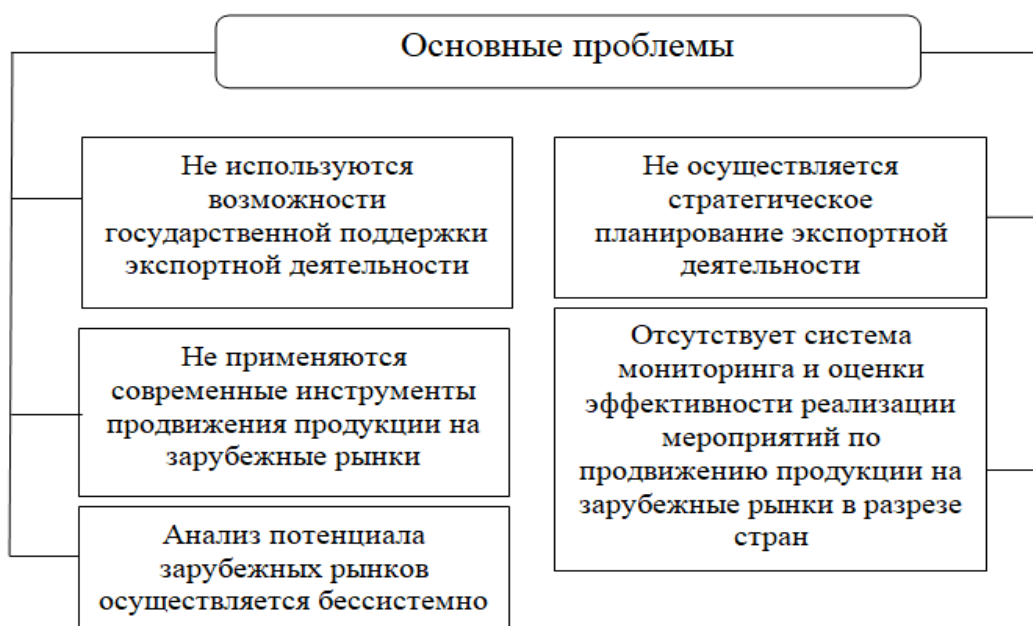


Рисунок 2.29 – Основные проблемы в реализации механизма управления экспортом промышленной продукции в ЗАО «ПКТБА»

Также не осуществляется планирование и проведение маневрирования товарными ресурсами с учетом страновой потребности. В то же время необходимо отметить, что в организации продукция может производиться под запросы заказчика и соответственно можно говорить об учете страновой потребности при производстве продукции. Однако данная деятельность носит стихийный бессистемный характер.

Также компания не принимает активное участие в получении государственной как финансовой, так и нефинансовой поддержки, реализуемой региональным экспортным центром и Министерством экономического развития и промышленности Пензенской области.

Таким образом, проведенный анализ показал, что существующий механизм управления экспортом промышленной продукции является высокоэффективным, однако был выявлен ряд проблем, устранение которых позволит существенно повысить эффективность.

3 РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ЭКОНОМИКО- УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ЗАО «ПКТБА»

3.1 Предложения по формированию системы стратегического планирования экспорта промышленной продукции

В целях систематизации и целенаправленного развития механизма управления экспортом промышленной продукции на предприятии предлагается применить систему стратегического планирования.

Так как предприятие активно реализует свою продукцию на ряде иностранных рынков на постоянной основе и предполагает осваивать новые зарубежные рынки сбыта, предлагается реализовывать два вида экспортной стратегии (рисунок 3.1).



Рисунок 3.1 – Предлагаемые стратегии экспорта промышленной продукции в ЗАО «ПКТБА»

Следующим этапом стратегического планирования является проведения внутренней и внешней экспортной среды. С этой целью был использован SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1

SWOT-анализ ЗАО «ПКТБА»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Высокое качество производимой продукции.</p> <p>Высокая квалификация сотрудников.</p> <p>Развития научно-технологическая база.</p> <p>Безупречная деловая репутация.</p> <p>Возможности реализации комплексных решений под запросы конкретных зарубежных потребителей.</p> <p>Высокая скорость обновления продукции</p>	<p>Отсутствие налаженной представительской сети на рынке стран-импортеров.</p> <p>Отсутствие эффективной системы продвижения продукции на зарубежные рынки.</p> <p>Отсутствие системы мониторинга зарубежных рынков.</p> <p>Ограниченный оборотный капитал для поддержки экспорта.</p>
Возможности	Угрозы
<p>Рост нефте- и газодобычи в странах-экспортерах.</p> <p>Снижение затрат на ряд ресурсов в связи с ограничением их вывоза за рубеж (металл, энергоресурсы и т.д.).</p> <p>Поддержка государства экспортоориентированных предприятий.</p> <p>Активное рост экономики развивающихся нефтедобывающих стран.</p>	<p>Изменение политических отношений со странами, которые импортируют продукцию предприятия.</p> <p>Рост конкуренции на внешних рынках.</p> <p>Рост тарифных барьеров.</p> <p>Рост санкционного давления на РФ.</p> <p>Колебания спроса на продукцию в странах-импортерах.</p> <p>Рост логистических издержек при организации экспорта.</p>

Таким образом, по результатам проведенного SWOT-анализа было установлено, что ЗАО «ПКТБА» обладает существенным потенциалом,

позволяющих обеспечить противостояние угрозам внешней среды, а также использовать открывающиеся возможности.

Опираясь на проведенное исследование внешней и внутренней среды, в рамках экспортной стратегии определены следующие стратегические цели (рисунок 3.2).

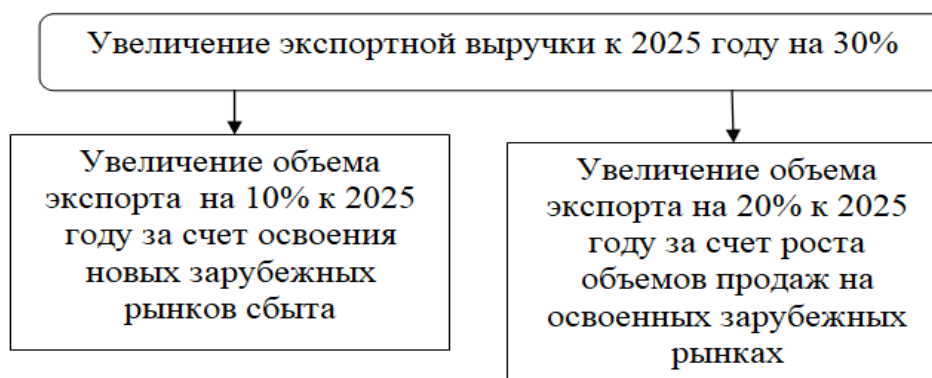


Рисунок 3.2 – Стратегические цели предлагаемой стратегии экспорта промышленной продукции ЗАО «ПКТБА»

В рамках указанных стратегических целей определен перечень задач и сроки их реализации (таблица 3.2).

Таблица 3.2

Задачи реализации целевых показателей стратегии экспорта промышленной продукции ЗАО «ПКТБА»

Задача	Срок реализации	
	начало	окончание
1	2	3
Определение наиболее перспективных сегментов на зарубежных рынках	22.11.2022	15.12.2022
Разработка программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных сегментах на выбранных зарубежных рынках	02.02.2023	19.03.2023

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3
Утверждение программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных зарубежных рынков	21.03.2023	04.04.2023
Исследование потребительских предпочтений на освоенных зарубежных рынках	05.04.2023	10.06.2023
Определение перспективных направлений обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	11.06.2023	05.08.2023
Разработка программ обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	06.08.2023	05.11.2023

Важным аспектом в разработке экспортной стратегии является подбор потенциальных стран-экспортеров. Для объективности оценки потенциальных зарубежных рынков сбыта необходимо выработать систему оценочных критериев и установить степень значимости их для обеспечения эффективной экспортной деятельности. Выбранные критерии позволят обеспечить всестороннюю оценку экспортного потенциала каждой из выбранных стран и соответственно определить те страны, выход на рынки которых будет связан с минимальными рисками.

В этой связи предлагается следующая система оценочных критериев потенциальных стран-импортеров продукции предприятия, указанная в таблице 3.3.

Исходя из имеющихся данных о социально-экономическом развитии ряда стран, а также их экспортном потенциале был сформирован совместно начальником отдела ВЭД перечень наиболее перспективных стран, куда может быть реализована продукция предприятия.

Далее была проведена сравнительная оценка указанных стран по критериям, отраженным в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Система оценочных критериев потенциальных стран-импортеров
продукции ЗАО «ПКТБА»

Критерии оценки	Ранг
Потенциальная емкость рынка	0,15
Наличие ограничительных мер для экспортеров сельскохозяйственной продукции	0,15
Организация таможенных операций	0,1
Организация логистики	0,05
Сложность получения разрешительной документации	0,1
Уровень конкуренции	0,05
Высота административных барьеров	0,1
Соблюдение норм международного права по обеспечению исполнения международных контрактов	0,2
Рыночная инфраструктура (финансовые операции, консалтинг, околотаможенная инфраструктура)	0,1

Оценка потенциальных стран импортеров продукции ЗАО «ПКТБА» представлена в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Сравнительная оценка стран-импортеров продукции ЗАО «ПКТБА»,
балл

Критерии оценки	Казахс тан	Алжи р	Китай	Вене суэла	ОАЭ	Оман	Индия
1	2	3	4	5	6	7	8
Потенциальная емкость рынка	4	5	3	4	3	2	2
Наличие ограничительных мер для экспортеров сельскохозяйственной продукции	5	5	4	5	5	3	3

Продолжение таблицы 3.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Организация таможенных операций	3	4	5	4	4	3	3
Организация логистики	4	4	5	3	2	4	4
Сложность получения разрешительной документации	5	5	3	3	4	3	3
Уровень конкуренции	5	5	2	2	2	3	4
Высота административных барьеров	4	4	4	4	3	4	3
Соблюдение норм международного права по обеспечению исполнения международных контрактов	4	4	3	3	4	4	5
Соблюдение норм международного права по обеспечению исполнения международных контрактов	4	4	3	3	4	4	5
Рыночная инфраструктура (финансовые операции, консалтинг, околотаможная инфраструктура)	3	3	5	2	4	2	3

Для оценки рейтинга потенциальных стран-импортеров продукции необходимо балльную оценку умножить на ранг оценочного критерия и полученные результаты сложить. Результаты расчета рейтинга стран импортеров представлены в таблице 3.5 и на рисунке 3.3.

Таблица 3.5

Рейтинговая оценка стран-импортеров промышленной продукции
ЗАО «ПКТБА», балл

Критерии оценки	Казахстан	Алжир	Китай	Венесуэла	ОАЭ	Оман	Индия
1	2	3	4	5	6	7	8
Потенциальная емкость рынка	0,6	0,75	0,45	0,6	0,45	0,3	0,3
Наличие ограничительных мер для экспортеров сельскохозяйственной продукции	0,75	0,75	0,6	0,75	0,75	0,45	0,45
Организация таможенных операций	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3
Организация логистики	0,2	0,2	0,2	0,15	0,1	0,2	0,2
Сложность получения разрешительной документации	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3
Уровень конкуренции	0,25	0,25	0,1	0,1	0,1	0,15	0,2
Высота административных барьеров	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3

Продолжение таблицы 3.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Соблюдение норм международного права по обеспечению исполнения международных контрактов	0,8	0,8	0,6	0,6	0,8	0,8	1
Рыночная инфраструктура (финансовые операции, консалтинг, околотаможенная инфраструктура)	0,3	0,3	0,5	0,2	0,4	0,2	0,3
Итого	4,1	4,35	3,65	3,5	3,7	3,1	3,35

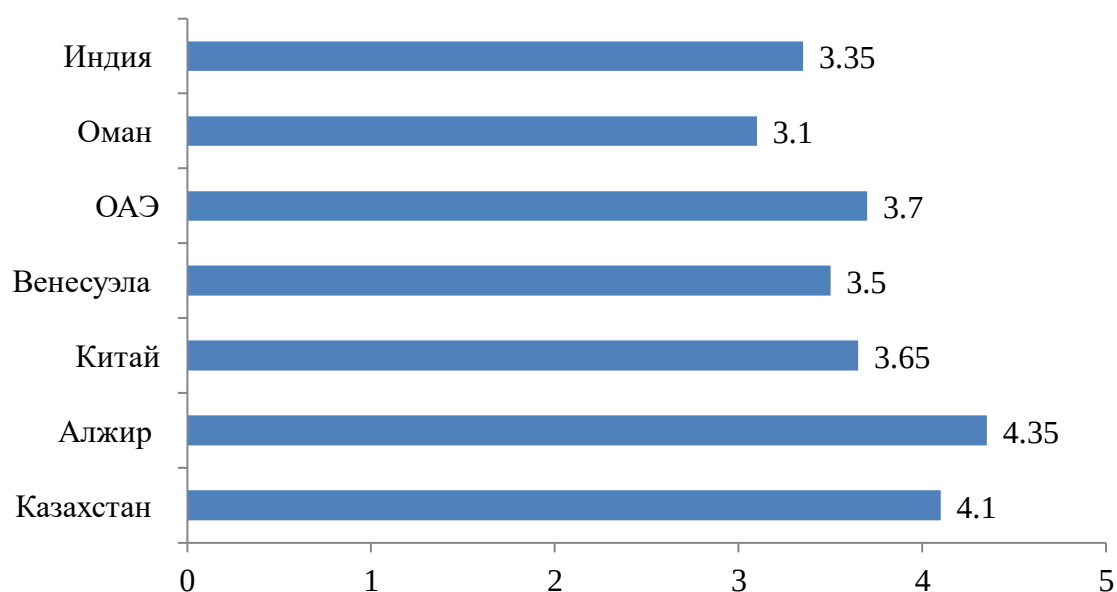


Рисунок 3.3 – Рейтинг стран-импортеров промышленной продукции
ЗАО «ПКТБА», балл

В рамках предложенных целей первоначально предлагается выйти в 2023 году на рынки трех стран, получивших наибольший рейтинг, а в 2024 году еще на рынки двух стран.

Таким образом, предлагается следующая динамика экспорта продукции (рисунок 3.4).

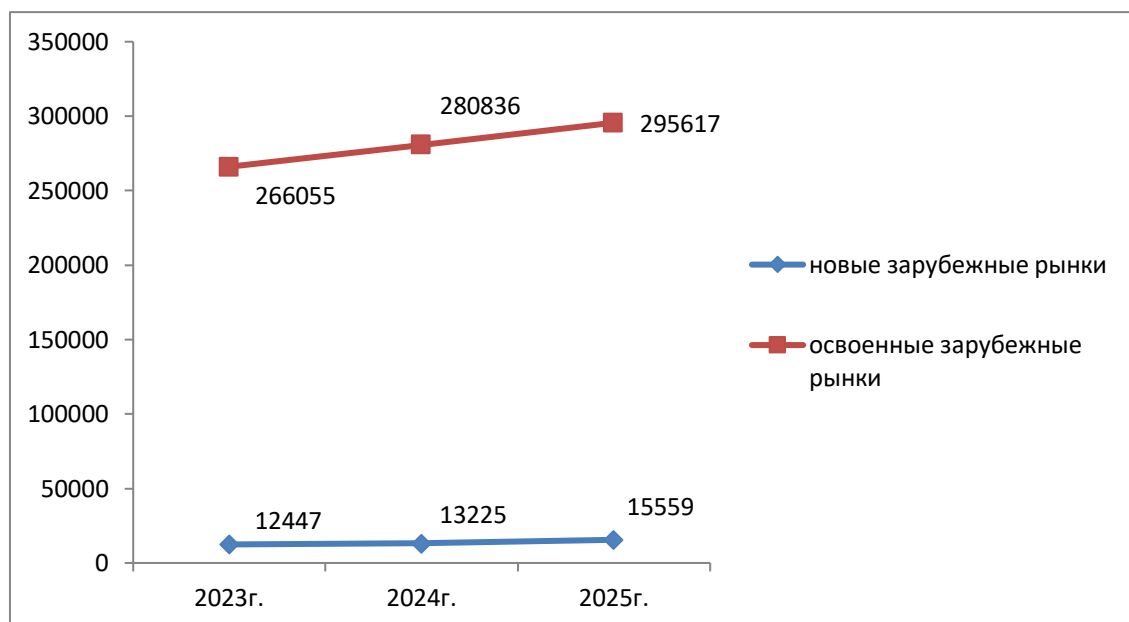


Рисунок 3.4 – Прогноз экспорта продукции ЗАО «ПКТБА» в соответствии с разработанной стратегией

Исходя из проведенного рейтинга стран и плана экспорта продукции, страновая структура экспорта предприятия до 2025 года на новых зарубежных рынках представлена на рисунке 3.5.

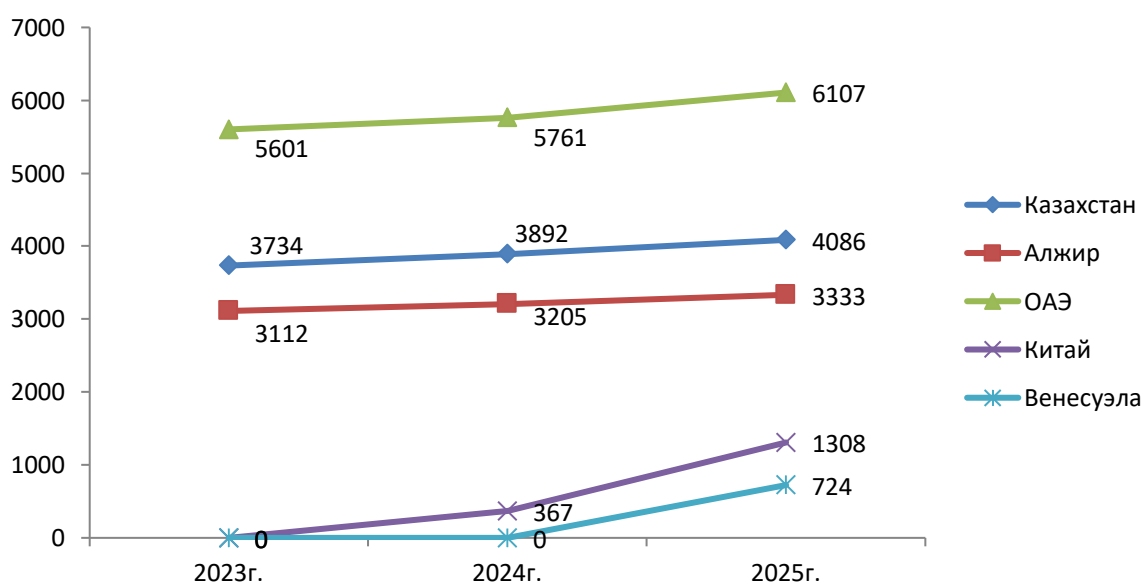


Рисунок 3.5 – Прогноз экспорта ЗАО «ПКТБА» на новые зарубежные рынки, тыс. руб.

Таким образом, как показывают данные рисунка, к 2025 году при реализации предлагаемой стратегии будет достигнута высокая степень дифференциации экспорта, что обеспечит сведение до минимума риски экспортных поставок и позволит поддерживать высокий уровень эффективности экспортной деятельности.

3.2 Предложения по совершенствованию инструментов продвижения промышленной продукции на зарубежных рынках

В целях обеспечения реализации предлагаемой экспортной стратегии необходимо активно использовать инструменты международного маркетинга, при этом предлагаете использовать как собственные средства, так и меры государственной поддержки экспорта, реализуемые региональным экспортным центром. Таким образом, предлагается следующий механизм продвижения продукции на зарубежные рынки (рисунок 3.6).

Первым направлением активизации экспортной деятельности ЗАО «ПКТБА» должно быть обеспечение высокого качества продукта, так как оно влияет на лояльность покупателей. Кроме того, как отмечают, маркетологи, удержание постоянного клиента обходится компании в 3-5 раз дешевле, чем привлечение нового. Потребители, полностью удовлетворенные качеством продукта, рекомендуют его другим потребителям, не особо чувствительны к незначительным повышениям цены, готовы покупать другие продукты под этим же брэндом.

В конечном счете, лояльные потребители экономят время и деньги компании. Именно качество продукта создает репутацию компании. Таким образом, ЗАО «ПКТБА» необходимо тщательно следить за качеством выпускаемого товара. Менеджмент качества должен быть идеально налажен на предприятии. Каждый работник должен сознавать долю своей ответственности, вкладываемой в качество продукта.



Рисунок 3.6 – Предлагаемый механизм продвижения продукции ЗАО «ПКТБА» на зарубежные рынки

При этом следует отметить, что в настоящее время в ЗАО «ПКТБА» производство сертифицировано на соответствие системы менеджмента качества ИСО 9001-2015. Однако это не значит, что компания должна останавливаться на достигнутом. Значение качества продукции в настоящее время играет особо важную роль на рынке многих стран. Однако в каждой стране имеются собственные требования к качеству продукции и документы, их подтверждающие, поэтому сотрудникам компании необходимо оценить степень требования к качеству продукции на том или ином зарубежном рынке, а также документы, подтверждающие качество продукции, имеющие наибольшую ценность в глазах потребителей данной страны. И если по результатам исследования будет установлено, что качество является превалирующим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность продукции и предприятия, то ему необходимо пройти сертификацию и получить документы подтверждающие уровень

качества производства продукции. В этой связи предлагается следующий алгоритм обеспечения соответствия продукта требованиям иностранных потребителей (рисунок 3.7).

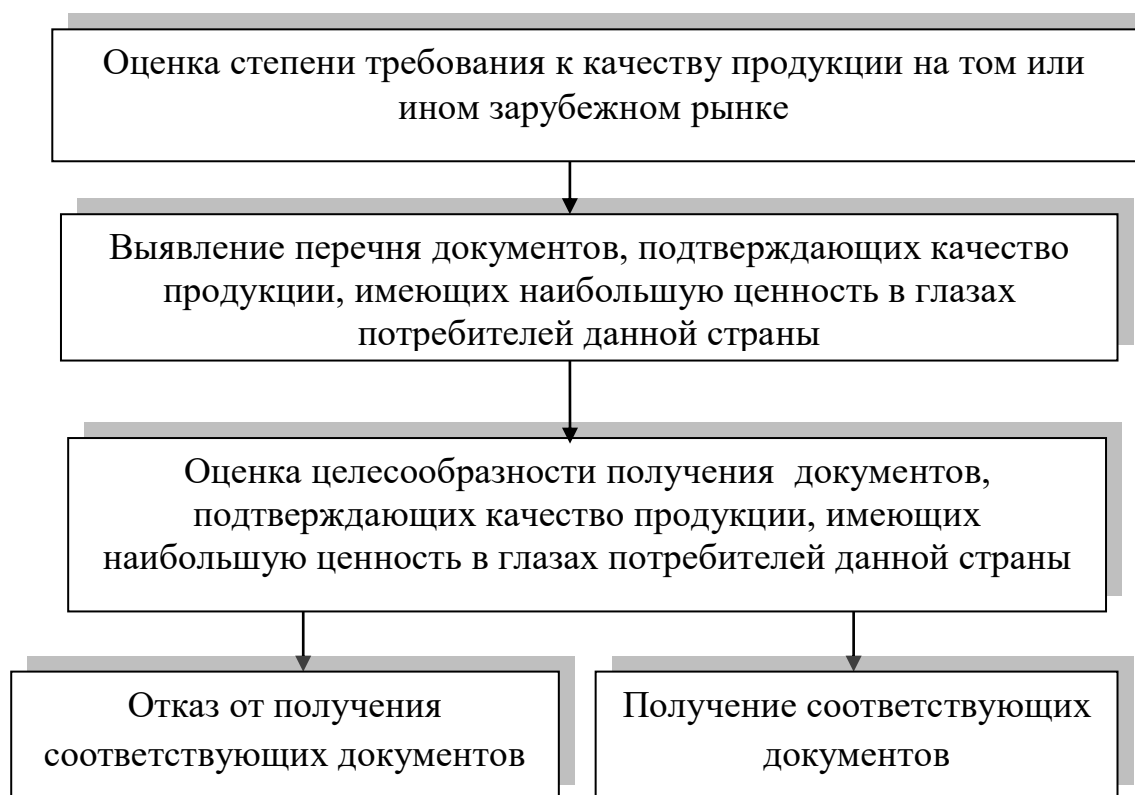


Рисунок 3.7 – Предлагаемый алгоритм обеспечения соответствия продукта требованиям иностранных потребителей

В рамках проведенных исследований было выявлено, что наиболее перспективным направлением дальнейшего развития экспортной деятельности для ЗАО «ПКТБА» будут являться страны Ближнего востока и Юго-восточной Азии. Особенностью данных рынков является, то, что оптовый потребитель будет взаимодействовать с контрагентом только по рекомендации определенного круга лиц, в противном случае поставки будут носить периодический характер. В это связи предприятию рекомендуется найти представителей в данных странах, который будет работать в интересах ЗАО «ПКТБА».

Для определения наиболее перспективных способов продвижения продукции на иностранном рынке, необходимо получить информацию о его

структуре и инфраструктуре, динамике его развития и потребительских предпочтениях. В этой связи предлагается заказать маркетинговые исследования наиболее перспективных для предприятия рынков Казахстан, Алжир и ОАЭ.

Для реализации указанных мероприятий предлагается использовать собственные средства компании.

В настоящее время для активизации экспортной деятельности субъектам предпринимательства оказывается широкая поддержка со стороны институтов развития бизнеса. Одним из таких институтов является региональный экспортный центр. С привлечением данного регионального института предлагается реализовать следующие маркетинговые инструменты (рисунок 3.8). Привлечение данного института позволяет сократить затраты на указанные мероприятия. Так как региональный экспортный центр берет на себя большую часть расходов на реализацию данных инструментов.

Согласно исследованиям Федерального центра развития промышленности одним из перспективных направления развития экспорта промышленный является выход на B2B онлайн-платформы. Проведя анализ различных B2B онлайн-платформ мы пришли к выводу о необходимости регистрации ЗАО «ПКТБА» на следующих из них (таблица 3.6).

Таблица 3.6

Предлагаемые B2B онлайн-платформ для поиска иностранных партнеров

Наименование B2B онлайн-платформы	Основные характеристики B2B онлайн-платформы
Amazonbusiness.com	Предлагает офлайн и онлайн B2B сервисы для поставщиков и оптовых покупателей со всего мира.
E-baybusiness.com	Одна из самых старых B2B онлайн-площадок. На маркетплейсе представлены более 1,3 млн. компаний из 90 стран и 102 рынка товаров и услуг. Ежемесячное количество посетителей - 11 млн.

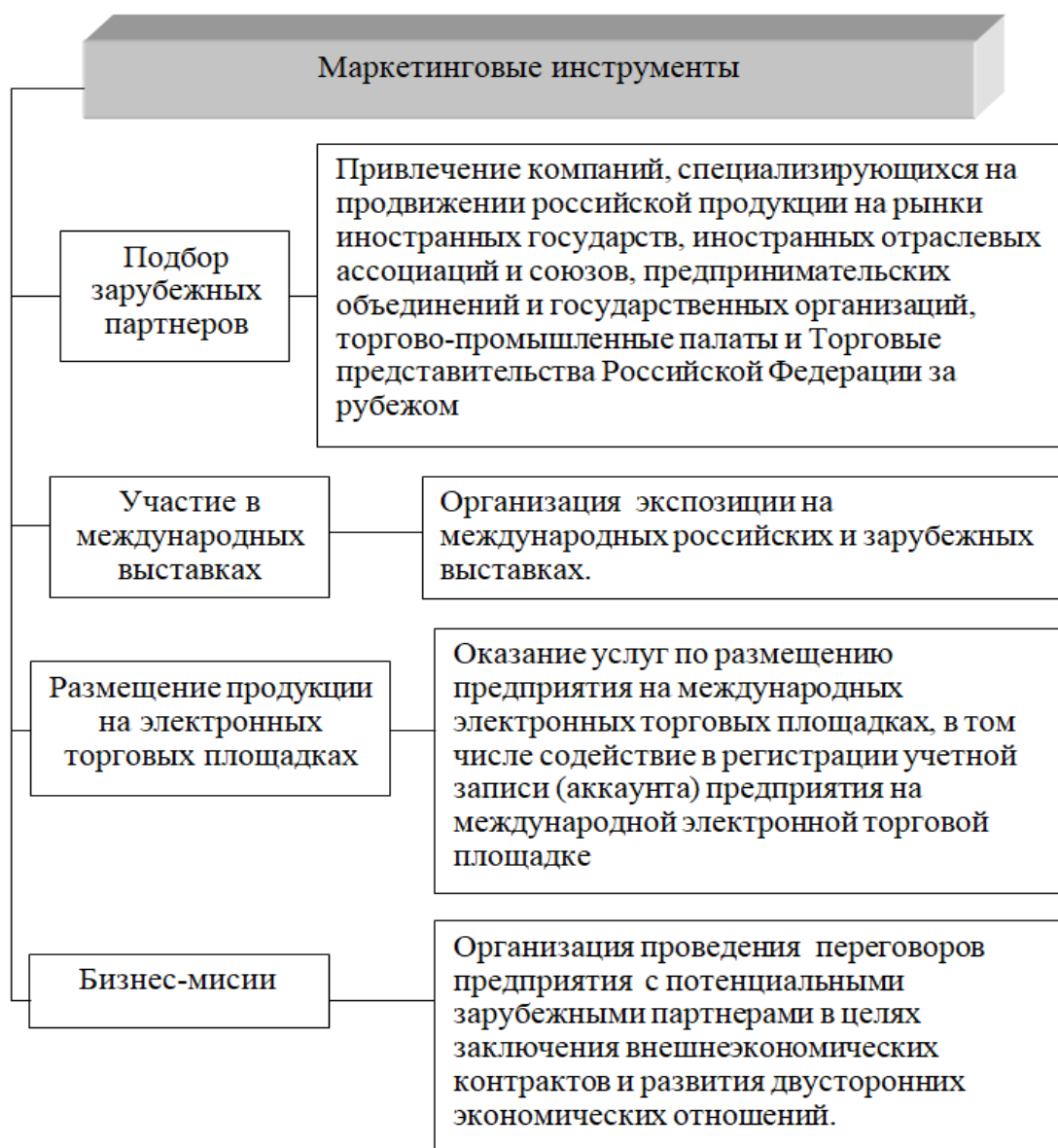


Рисунок 3.8 – Предлагаемые к реализации совместно с региональным экспортным центром маркетинговые мероприятия

Как показывает практика ЗАО «ПКТБА» участие в выставочных мероприятиях имеют высокую эффективность в виде экспортных контрактов. В этой связи наряду с участием в традиционных для предприятия выставках, за счет средств регионального экспортного центра предлагается принять участие на следующих предлагаемых принять участие рейтинговых выставках (таблица 3.7).

Таблица 3.7

**План участия ЗАО «ПКТБА» в международных выставках с
привлечением регионального экспортного центра**

Наименование выставки	Место проведения	Характеристики
CASPIAN Oil & Gas (НЕФТЬ И ГАЗ КАСПИЯ)	Баку, Азербайджан	Эффективная площадка для демонстрации продукции и услуг значительному количеству специалистов предприятий нефтегазового комплекса. 84% посетителей выставки – лица, влияющие на принятие решения о закупках.
«ATYRAU OIL& GAS» (Северо- Каспийская региональная Выставка)	Атырау, Казахстан	Площадь более 15 000 кв.м. участие принимают экспоненты из более чем 20 стран и более 17 000 посетителей.

В целях выхода на новые рынки важным направлением деятельности является организация бизнес-миссий, которые позволяют сформировать и наладить контакты непосредственно с потенциальными потребителями. При непосредственном участии регионального экспортного центра предлагается организовать бизнес-миссию в Казахстан и ОАЭ.

В результате реализации предлагаемых мероприятий в 2024 году может быть обеспечен выход на запланированные зарубежные рынки.

3.3 Экономическое обоснование предлагаемых решений

Для оценки экономической эффективности предлагаемых мероприятий на первоначальном этапе необходимо рассчитать затраты на их реализацию.

Для разработки и реализации экспортной стратегии по оценкам экспертов, в лице главного экономиста и главного бухгалтера ЗАО «ПКТБА» потребуются следующие затраты труда (таблица 3.8).

Таблица 3.8

Затраты труда на разработку и реализацию экспортной стратегии
ЗАО «ПКТБА»

Мероприятия	Затраты труда, час
Определение наиболее перспективных сегментов на зарубежных рынках	90
Разработка программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных сегментах на выбранных зарубежных рынках	300
Утверждение программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных зарубежных рынков	30
Исследование потребительских предпочтений на освоенных зарубежных рынках	390
Определение перспективных направлений обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	300
Разработка программ обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	450
Итого	1560

Таким образом, предварительные расчеты показывают, что на разработку и реализацию мероприятий в рамках экспортной стратегии может быть затрачено 1560 часов.

При условии, что среднемесячная оплата труда в организации составляет 61775 руб., часовая оплата составит 386 руб.

Таким образом, стоимостные затраты на реализацию программных мероприятий в рамках экспортной стратегии представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9

Стоимостные затраты на реализацию программных мероприятий в
рамках экспортной стратегии ЗАО «ПКТБА»

Мероприятия	Сумма, руб.
Определение наиболее перспективных сегментов на зарубежных рынках	34200
Разработка программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных сегментах на выбранных зарубежных рынках	114000
Утверждение программных мероприятий по продвижению продукции в разрезе наиболее перспективных зарубежных рынков	11400
Исследование потребительских предпочтений на освоенных зарубежных рынках	148200
Определение перспективных направлений обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	114000
Разработка программ обеспечения лояльности иностранных потребителей к продукции предприятия	171000
Итого	592800

Таким образом, совокупные затраты на реализацию данного мероприятия составят 592800 руб.

В свою очередь затраты на реализацию предлагаемого механизма продвижения промышленной продукции на зарубежных рынках включают как затраты предприятия так и регионального экспортного центра. Распределение затрат представлено в таблице 3.10.

Таким образом, совокупные затраты на реализацию предлагаемых инструментов продвижения на зарубежные рынки составят 9900 тыс. руб. При этом часть затрат может быть возмещена за счет средств регионального

экспортного центра. Таким образом, затраты предприятия могут составить 5300 тыс. руб.

Таблица 3.10

Затраты на применение предлагаемых инструментов продвижения промышленной продукции ЗАО «ПКТБА» на зарубежные рынки

Наименование мероприятия	За счет средств предприятия	За счет средств регионального экспортного центра
Обеспечение соответствия продукции требованиям иностранных потребителей	1300	-
Проведение маркетинговых исследований зарубежных рынков	500	-
Формирование представительств компании на зарубежных рынках	3000	-
Подбор зарубежных партнеров	-	350
Участие в международных выставках	250	2500
Бизнес-миссии	150	1500
Размещение продукции предприятия на электронных торговых площадках	100	250
Итого	5300	4600

По предварительным оценкам при реализации предлагаемых мероприятий рост экспортной выручки в 2023 году может составить 39136 тыс. руб., согласно предлагаемой экспортной стратегии.

В результате чистый экономический эффект может составить:

$39136 \text{ тыс. руб.} - (5300 \text{ тыс. руб.} + 592,8 \text{ тыс. руб.}) = 33243,2 \text{ тыс. руб.}$

Размер чистого приведенного дохода на 1 рубль затрат составит:

$33243,2 \text{ тыс. руб.} / 5892,8 \text{ тыс. руб.} = 5,64 \text{ руб.}$

Полученные результаты сведены в таблицу 3.11.

Таблица 3.11

Экономическая эффективность реализации предлагаемых мероприятий

Показатели	Значение
Затраты на реализацию мероприятий, тыс. руб.	5892,8
Годовой экономический эффект, тыс. руб.	39136
Чистый приведенный доход, тыс. руб.	33243,2
Размер чистого приведенного дохода на 1 рубль затрат, руб.	5,64

Таким образом, совокупные затраты на реализацию проекта составят 5892,8 тыс. руб., при этом годовой экономический эффект составит 39136 тыс. руб., а чистый приведенный доход 33243,2 тыс. руб. Все это свидетельствует об экономической целесообразности предлагаемых решений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЗАО «ПКТБА» является крупнейшим в регионе производителем оборудования для проведения испытаний, ремонта трубопроводной арматуры.

На предприятии наблюдается ежегодный рост имущества. Если в 2019 году стоимость имущества составляла 922685 тыс. руб., то к 2021 году оно увеличилось до 1803622 тыс. руб. или практически в 2 раза. Рост имущества предприятия обусловлен преимущественно существенным увеличением оборотных активов. За исследуемый период их стоимость выросла более чем в 2,2 раза и составила в 2021 году 1501835 тыс. руб. В то же время внеоборотные средства выросли на 13,5% и составили 301787 тыс. руб. Внеоборотные активы представлены преимущественно основными средствами. В свою очередь, в оборотных активах наибольшую долю занимают запасы и дебиторская задолженность.

На предприятии наблюдается динамика ежегодного роста собственного капитала с 338157 тыс. руб. в 2019 году до 566954 тыс. руб. в 2021 году или в 1,7 раза. При этом краткосрочные заемные средства увеличились с 581005 тыс. руб. в 2019 году до 1233278 тыс. руб. в 2021 году или в 2,2 раза. В то же время величина долгосрочных заемных средств снизилась с 3523 тыс. руб. в 2019 году до 3390 тыс. руб. в 2021 году или 3,8%.

На предприятии наблюдается колебание финансовой устойчивости. При этом если в период 2019-2020 гг. наблюдался рост независимости предприятия от внешних источников финансирования, то к 2021 году произошло существенное увеличение зависимости. При этом на рубль собственных средств в 2019 году было привлечено 1,62 руб. заемных средств, то уже в 2021 году 2,05 руб. В то же время наблюдается тенденция вложения средств в мобильные активы, однако есть затруднения с осуществлением финансовых маневров.

Несмотря на рост показателей платежеспособности в организации, все же они свидетельствуют о невозможности предприятия отвечать по своим обязательствам.

Также была выявлена тенденция роста всех показателей эффективности. Так производительность труда выросла на 934 тыс. руб. и составила 3554,38 тыс. руб. на человека, фондоотдача выросла на 1,20 руб. и составила в 2021 году 5,98 руб. Рентабельность продаж выросла с 9,19% в 2019 году до 22,94% в 2021 году или на 13,76%. В свою очередь рентабельность основной деятельности выросла на 26,44%, составив 39,83%.

Механизм управления экспортной деятельностью в ЗАО «ПКТБА» является частью механизма управления внешнеэкономической деятельностью. Реализацию механизма управления экспортной деятельностью в организации осуществляет специальная служба – отдел внешнеэкономической деятельности.

ЗАО «ПКТБА» осуществляет внешнеэкономическую деятельность самостоятельно, реализуя продукцию напрямую иностранным потребителям.

Исследования показали, что в организации не осуществляется планирование мероприятий по продвижению продукции на выбранных зарубежных рынках. Мероприятия планируются и реализуются стихийно по мере возникновения необходимости в них.

ЗАО «ПКТБА» ежегодно принимает участие в 4 международных выставках, за исключением 2020 года, когда организация приняла участие лишь в двух выставках. Одним из активно используемых инструментов продвижения продукции на зарубежные рынки в ЗАО «ПКТБА» являются персональные продажи, предполагающие проведение индивидуальных презентаций для конкретного клиента.

Эффективность личных продаж ежегодно увеличивается с 36,36% в 2019 году до 47,06% в 2021 году, что считается высоким показателем эффективности для данного инструмента механизма управления экспортом на предприятии.

Объем экспорта за исследуемый период увеличился с 118735 тыс. руб. в 2019 году до 239366 тыс. руб. в 2021 году или в 2,1 раза. Если в 2019 году доля экспорта составила 9,6%, то к 2021 году она возросла до 13,8%. Все это свидетельствует об эффективности применяемого на предприятии механизма управления экспортом.

По всем видам экспортируемой продукции наблюдается рост экспортных продаж. Причем необходимо отметить, что наибольший объем экспортных продаж наблюдается по мобильным мастерским – рост составил 2,3 раза. Также существенно вырос объем экспортных поставок испытательного оборудования – в 2,1 раза. По всем остальным видам продукции рост составил более 70%.

Структура экспорта не претерпела существенных изменений. Более половины экспорта приходится на испытательное оборудование и мобильные мастерские. Причем доля испытательного оборудования выросла при колебании по годам с 26,3% в 2019 году до 28,6% в 2021 году. Также на 4,0% увеличилась доля мобильных мастерских.

Компания реализует продукцию более чем в 15 стран мира. В отдельные страны осуществлялись разовые поставки. При этом во многие страны экспорт осуществляется на постоянной основе. Причем по всем этим странам наблюдается тенденция роста экспортных поставок. Наибольший рост наблюдается в Саудовскую Аравию. В 2021 году в эту страну экспорт составил 43325 тыс. руб. что на 28127 тыс. руб. больше чем в 2019 году. Также более чем в 2 раза увеличился экспорт в Пакистан с 12586 тыс. руб. в 2019 году до 32554 тыс. руб. в 2021 году или на 19968 тыс. руб.

Экспортная прибыль предприятия ежегодно увеличивается. За исследуемый период она выросла с 13087 тыс. руб. в 2019 году до 56114 тыс. руб. в 2021 году или в 4,3 раза. Все это свидетельствует о высокой эффективности действующего механизма управления экспортной деятельностью на предприятии.

Экспортная деятельность является более доходной для предприятия, чем общая производственно-хозяйственная деятельность. Причем разница в доходности ежегодно возрастает. Так если рентабельность экспортных продаж превышала рентабельность общих продаж на 3,12%, то в 2021 году уже на 4,47%. Все это свидетельствует о высокой эффективности механизма экспорта промышленной продукции на предприятии.

В целях систематизации и целенаправленного развития механизма управления экспортом промышленной продукции на предприятии предлагается применить систему стратегического планирования. Так как предприятие активно реализует свою продукцию на ряде иностранных рынков на постоянной основе и предполагает осваивать новые зарубежные рынки сбыта, предлагается реализовывать два вида экспортной стратегии. В рамках предложенных целей первоначально предлагается выйти в 2023 году на рынки трех стран, получивших наибольший рейтинг, а в 2024 году еще на рынки двух стран. При реализации предлагаемой стратегии будет достигнута высокая степень дифференциации экспорта, что обеспечит сведение до минимума риски экспортных поставок и позволит поддерживать высокий уровень эффективности экспортной деятельности.

В целях обеспечения реализации предлагаемой экспортной стратегии необходимо активно использовать инструменты международного маркетинга, при этом предлагается использовать как собственные средства, так и меры государственной поддержки экспорта, реализуемые региональным экспортным центром. В результате реализации предлагаемых мероприятий в 2024 году может быть обеспечен выход на запланированные зарубежные рынки.

Совокупные затраты на реализацию проекта составят 5892,8 тыс. руб., при этом годовой экономический эффект составит 39136 тыс. руб., а чистый приведенный доход 33243,2 тыс. руб. Все это свидетельствует об экономической целесообразности предлагаемых решений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

3. Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (ред. от 22.12.2020) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

4. Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «О таможенном регулировании в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

5. Федеральный закон от 04.01.1999 № 4-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

6. Федеральный закон от 18.07.1999 N 183-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «Об экспортном контроле» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Федеральный закон от 22.07.2005 N 116-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

8. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 22.12.2020) «О техническом регулировании» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021) // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

9. Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ (ред. от 31.05.2018) «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

10. Федеральный закон от 30.12.1995 № 225-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О соглашениях о разделе продукции» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

11. Закон РФ от 21.05.1993 № 5003-1 (ред. от 22.12.2020) «О таможенном тарифе» // СПС «Консультант Плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/>

12. Апсите М.А., Барсукова М.А. Анализ внешнеэкономической деятельности организаций: учебное пособие. - Новосибирск, Сибирский ун-т потребительской кооперации. 2017. – 318 с.

13. Арустамов Э.А. Управление внешнеэкономической деятельностью: учебник. – М.: КНОРУС, 2019. – 168 с.

14. Внешнеэкономическая деятельность / Под ред. Е.Ф. Прокушева. – 8-е изд., перер. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 527 с.

15. Вологдин А.А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 445 с.

16. Джабаев А.П. Основы управления внешнеэкономической деятельностью: учебник. – М.: Экономика, 2018. – 418 с.

17. Иванов И.Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 271 с.

18. Тимошенко И.В. Таможенное регулирование ВЗД: учебное пособие. – М.: Бератор-Пресс, 2017. – 421 с.

19. Береснева О.В. Построение эффективной системы государственной поддержки экспорта в условиях мирового финансового кризиса // Страховое дело. – 2019. – № 2 (193). – С. 20-26.

20. Бураков В.И. Специфика потокового процесса в экспортных операциях // Известия Иркутской государственной экономической академии

(Байкальский государственный университет экономики и права). – 2019. – № 5. – С. 11.

21. Веревкин О.Л. Экономическая эффективность экспорта // Социальная политика и социология. – 2019. – Т. 2. № 4 (105). – С. 213-223.

22. Гаджиев Н.Г. Об особенностях внешнеэкономической деятельности организации // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Общественные науки. – 2020 – № 5. – С. 15-16.

23. Гребцов И.И., Друзева Ю.С. Анализ экспортно-импортных операций организаций участников ВЭД // Образование, наука, кооперация Материалы международной студенческой научной конференции. В 2 частях. – 2019. – С. 203-207.

24. Закирова Д.И. Стратегическое управление внешнеэкономической деятельностью // Наука и современность.– 2020. – № 2-3. – С. 249-254.

25. Земляков Ю.Д. Щеульникова Л.Ю., Федорова Г.А. Прогноз и анализ экспортно-импортных операций с зарубежными странами /// Вестник Международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2019. – Т. 16. – № 2. – С. 39-43.

26. Ибрагимова Д.Р. Проблема перехода от сырьевого экспорта к экспорту готовой продукции // Гражданское общество России: становление и пути развития. Сборник статей участников VI Международного научного студенческого конгресса. – 2021. – С. 966-970.

27. Иваницкая А.Е. Проблемные аспекты осуществления экспортно-импортных операций в условиях ЕАЭС // Проблемы и перспективы внешнеэкономической деятельности в условиях Евразийского экономического союза Материалы круглого стола преподавателей, студентов и практических работников. – 2020. – С. 37-43.

28. Козлова Н.В. Основные направления внешнеэкономической деятельности предприятия // Актуальные вопросы экономических наук. – 2018. – С. 112-114.

29. Колесникова О.Н. Мишурова О.Н. Организация экспортно-импортных операций // Научное обеспечение агропромышленного производства материалы Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 149-151.
30. Лапина Д.М. Роль экспортных операций в развитии экономики / // Молодой ученый. – 2020. – № 22 (102). – С. 432-434.
31. Луи Ф., Абдулла-Заде Э. Управление экспортными операциями реализации продукции // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2021. – № 4. – С. 49-50.
32. Мальцева Т.Г. Внешнеэкономическая деятельность в условиях взаимодействия власти и бизнеса: правовой аспект // Политико-правовые проблемы взаимодействия власти, общества и бизнеса: опыт России и зарубежных стран: Материалы международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 136-138.
33. Светлова Е.А., Хижняк В.Д. Исследование возможности создания инновационной структуры обеспечения экспортно-импортных операций промышленных предприятий // Современное машиностроение. Наука и образование. – 2019. – № 4. – С. 978-987.
34. Сидоренко А.В. Методический подход к оценке повышения эффективности деятельности промышленных предприятий за счет развития экспортного потенциала // Экономические науки. – 2019. – № 8 (69). – С. 57-61.
35. Спартак А.Н. Перспективные направления экспортной специализации России // Российский внешнеэкономический вестник. – 2021. – № 4. – С. 3-10.
36. Суракатов Н.С., Айгунов А.Г. Конкурентоспособность российского экспорта - показатель эффективности экспортного таможенного тарифа // Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. – 2020. – № 13. – С. 121-123.

37. Цебекова Е.П. Анализ эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия // ФЭС: Финансы. Экономика. – 2021. – № 11. – С. 52-56.

38. Яковлева Н.А. Введение в экспорт. Преимущества экспорта // Дни студенческой науки. Сборник научных трудов II Международной студенческой конференции. – 2021. – С. 320-322.

ПРИЛОЖЕНИЯ

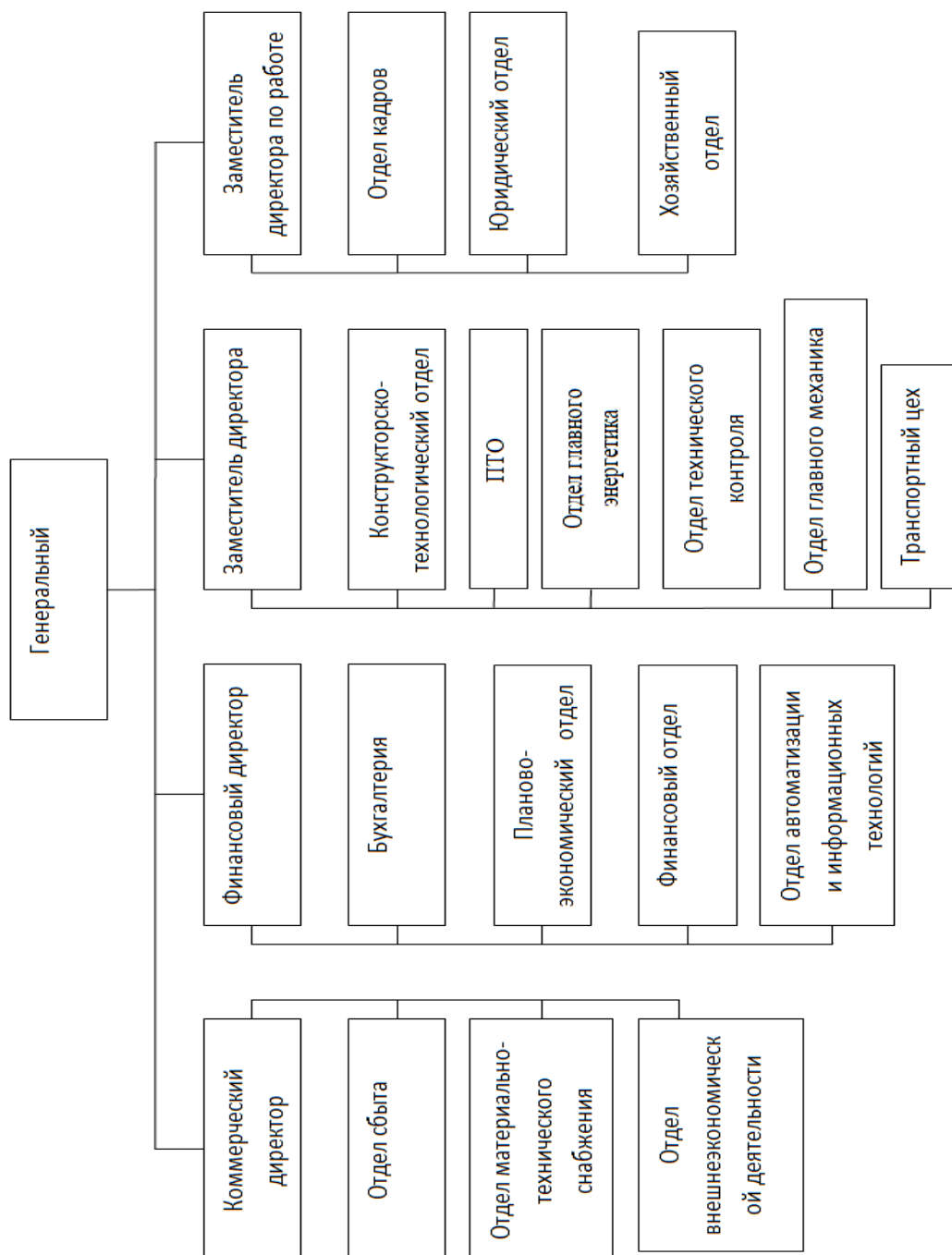


Рисунок А.1 – Организационная структура ЗАО «ПКТБА»

Приложение Б

Бухгалтерская отчетность ЗАО «ПКТБА»

Организация: **Закрытое акционерное общество "Пензенское конструкторско-технологическое бюро арматуростроения"**

Идентификационный номер налогоплательщика: **18032022**

Вид экономической деятельности: **Производство деликатных головок и прочих специальных приспособлений для станков**

Организационно-правовая форма / форма собственности: **Непубличное акционерное общество / Частная собственность**

Единица измерения: тыс. руб.

Местонахождение (адрес): **440060, Пензенская обл., г.Пенза, пр-кт.Победы, д.75**

Бухгалтерский баланс на **31 декабря 2021 г.**

Форма по ОКУД: **0710001**

Дата (число, месяц, год): **18 03 2022**

По ОКПО: **04787296**

ИНН: **5835001003**

по ОКВЭД 2: **28.46.4**

по ОКПД: **12267**

по ОКФС: **16**

по ОКЕИ: **384**

Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту ☒ ДА ☐ НЕТ

Наименование аудиторской организации (фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора):

Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора: **ИНН**

Документ государственной регистрации/регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора: **ОГРН/ОГРНИП**

Показатель 1	Наименование показателя 2	Код	На 31 декабря 2021 г. 3	На 31 декабря 2020 г. 4	На 31 декабря 2019 г. 5
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	1 548	735	407
1.1	Нематериальные активы в организации	1111	1 482	386	353
1.5	Затраты на приобретение НМА	1112	66	349	54
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	1 000
1.5	Затраты на незаконченные НИОКР	1121	-	-	1 000
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	290 152	284 942	258 727
2.1	Основные средства в организации	1151	288 760	197 539	167 433
2.2	Незавершенное капитальное строительство	1152	1 392	67 403	91 294
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	10 087	8 729	5 718
	Расходы будущих периодов свыше года	1191	10 087	8 729	5 718
	Итого по разделу I	1100	301 787	274 408	265 852
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	620 637	396 194	305 595
4.1	Сырье и материалы	1211	297 937	229 022	185 639
4.1	Основное производство	1212	310 521	161 958	118 534
4.1	Готовая продукция, товары отгруженные	1213	12 179	5 174	1 422
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	83	69	1 426
	Дебиторская задолженность	1230	481 787	348 015	287 480
5.1	Расчеты с поставщиками	1231	93 015	60 605	57 262
5.1	Расчеты с покупателями	1232	384 033	275 468	220 763
5.1	Расчеты с бюджетом, дебиторами, прочие операции, оплата труда	1233	4 739	9 942	9 455
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	258 446	-	-
3.1	Займы выданные	1241	46 000	-	-
3.2	Депозит	1242	212 446	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	133 635	81 269	59 826
	Касса организации, прочие спецсчета	1251	21	19 093	407
	прочие спецсчета	1252	1 348	-	-
	Денежные средства на расчетном счете	1253	97 424	62 019	58 785
	Денежные средства на валютном счете	1251	34 842	157	634
	Прочие оборотные активы	1260	7 247	3 067	2 506
	Расходы будущих периодов до года	1261	7 247	3 067	2 506
	Итого по разделу II	1200	1 501 835	826 614	656 833
	БАЛАНС	1600	1 803 622	1 101 020	922 685

Продолжение приложения Б

Формы от 10.09.17 г. № 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2021 г. ³	На 31 декабря 2020 г. ⁴	На 31 декабря 2019 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (оплаченный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	9 128	9 128	9 128
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	394	394	394
	Резервный капитал	1360	456	456	456
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	556 976	520 769	328 179
	Итого по разделу III	1300	566 954	530 747	338 157
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	3 390	3 470	3 523
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	3 390	3 470	3 523
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	71 199	55 007	122 063
5.3	Заемные средства	1511	70 726	54 888	122 063
5.3	Проценты по заемным средствам	1512	473	119	-
	Кредиторская задолженность	1520	1 138 360	493 076	445 055
5.3	Расчеты с поставщиками	1521	108 360	105 837	116 833
5.3	Расчеты с покупателями	1522	798 824	258 905	260 646
5.3	Расчеты с бюджетом, фондами, оплате труда, кредиторами, прочим операциям	1523	231 196	128 334	67 576
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	23 699	18 720	13 887
7	Резервы предстоящих отпусков	1541	23 699	18 720	13 887
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	НДС с авансов выданных	1551	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	1 233 278	566 803	581 005
	БАЛАНС	1700	1 803 622	1 101 020	922 685

Руководитель

« 18 » марта 2022 г.

Двойня А.В.

(расшифровка подписи)

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по желанию Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПХ от 6 августа 1999 г. указанным Приказом государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация имеет указанный раздел «Целевое финансирование». Вместо показателей «Уставный капитал», «Добавочный капитал», «Резервный капитал» и «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» некоммерческая организация включает показатели «Правовой фонд», «Целевой капитал», «Целевые средства», «Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества», «Резервный и иные целевые фонды» (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Продолжение приложения Б

Приложение №1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н, от 06.04.2015 № 57н
от 06.03.2018 № 41н, от 19.04.2019 № 61н)

Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

		за 2021 г.			КОДЫ	
			Форма по ОКУД	0710002		
			Дата (число, месяц, год)	18	03	2022
Организация	Закрытое акционерное общество "Пензенское конструкторско-технологическое бюро арматуростроения"		По ОКПО	04787296		
Идентификационный номер налогоплательщика			ИНН	5835001003		
Вид экономической деятельности	Производство делительных головок и прочих специальных приспособлений для станков		по ОКВЭД 2	28.49.4		
Организационно-правовая форма / форма собственности			по ОКПФ/ОКФС			
Непубличные акционерные общества / Частная собственность				12267	16	
Единица измерения: тыс. руб.			по ОКЕИ	384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2021 г. ³	За 2020 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	1 734 537	1 514 683
6	Себестоимость продаж	2120	(999 269)	(965 290)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	735 268	549 393
6	Коммерческие расходы	2210	(128 849)	(83 135)
6	Управленческие расходы	2220	(208 447)	(172 313)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	397 972	293 945
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	1 898	1 577
	Проценты к уплате	2330	(14 628)	(10 070)
	Прочие доходы	2340	37 680	34 850
	Прочие расходы	2350	(38 436)	(34 242)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	384 488	285 060
	Налог на прибыль	2410	(74 456)	(56 960)
	в т.ч. текущий налог на прибыль	2411	(74 536)	(57 014)
	отложенный налог на прибыль	2412	80	54
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	310 032	229 100

Продолжение приложения Б

Форма 0710002 с. 2

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2021 г. ³	За 2020 г. ⁴
	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	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	310 032	229 100
	СПРАВОЧНО			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	85	63
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель:

(подпись)

Пойкин А.В.

(расшифровка подписи)

"18" марта 2022 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/00, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 18 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 5417-П/К от 6 августа 1999 г. - указанный Перечень подлежит государственной регистрации не требуется), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Расширенная аннотация

**Экономико-управленческие механизмы для расширения экспорта
промышленной продукции (на примере ЗАО «ПКТБА»)**

Студент: Рязанов И.М.

Руководитель: к.э.н., доцент Матюкин С.В.

ЗАО «ПКТБА» является крупнейшим в регионе производителем оборудования для проведения испытаний, ремонта трубопроводной арматуры.

На предприятии наблюдается ежегодный рост имущества. Если в 2019 году стоимость имущества составляла 922685 тыс. руб., то к 2021 году оно увеличилось до 1803622 тыс. руб. или практически в 2 раза. Рост имущества предприятия обусловлен преимущественно существенным увеличением оборотных активов. За исследуемый период их стоимость выросла более чем в 2,2 раза и составила в 2021 году 1501835 тыс. руб. В то же время внеоборотные средства выросли на 13,5% и составили 301787 тыс. руб. Внеоборотные активы представлены преимущественно основными средствами. В свою очередь, в оборотных активах наибольшую долю занимают запасы и дебиторская задолженность.

На предприятии наблюдается динамика ежегодного роста собственного капитала с 338157 тыс. руб. в 2019 году до 566954 тыс. руб. в 2021 году или в 1,7 раза. При этом краткосрочные заемные средства увеличились с 581005 тыс. руб. в 2019 году до 1233278 тыс. руб. в 2021 году или в 2,2 раза. В то же время величина долгосрочных заемных средств снизилась с 3523 тыс. руб. в 2019 году до 3390 тыс. руб. в 2021 году или 3,8%.

На предприятии наблюдается колебание финансовой устойчивости. При этом если в период 2019-2020 гг. наблюдался рост независимости предприятия от внешних источников финансирования, то к 2021 году

произошло существенное увеличение зависимости. При этом на рубль собственных средств в 2019 году было привлечено 1,62 руб. заемных средств, то уже в 2021 году 2,05 руб. В то же время наблюдается тенденция вложения средств в мобильные активы, однако есть затруднения с осуществлением финансовых маневров.

Несмотря на рост показателей платежеспособности в организации, все же они свидетельствуют о невозможности предприятия отвечать по своим обязательствам.

Также была выявлена тенденция роста всех показателей эффективности. Так производительность труда выросла на 934 тыс. руб. и составила 3554,38 тыс. руб. на человека, фондоотдача выросла на 1,20 руб. и составила в 2021 году 5,98 руб. Рентабельность продаж выросла с 9,19% в 2019 году до 22,94% в 2021 году или на 13,76%. В свою очередь рентабельность основной деятельности выросла на 26,44%, составив 39,83%.

Механизм управления экспортной деятельностью в ЗАО «ПКТБА» является частью механизма управления внешнеэкономической деятельностью. Реализацию механизма управления экспортной деятельностью в организации осуществляет специальная служба – отдел внешнеэкономической деятельности.

ЗАО «ПКТБА» осуществляет внешнеэкономическую деятельность самостоятельно, реализуя продукцию напрямую иностранным потребителям.

Исследования показали, что в организации не осуществляется планирование мероприятий по продвижению продукции на выбранных зарубежных рынках. Мероприятия планируются и реализуются стихийно по мере возникновения необходимости в них.

ЗАО «ПКТБА» ежегодно принимает участие в 4 международных выставках, за исключением 2020 года, когда организация приняла участие лишь в двух выставках. Одним из активно используемых инструментов продвижения продукции на зарубежные рынки в ЗАО «ПКТБА» являются персональные продажи, предполагающие проведение индивидуальных

презентаций для конкретного клиента.

Объем экспорта за исследуемый период увеличился с 118735 тыс. руб. в 2019 году до 239366 тыс. руб. в 2021 году или в 2,1 раза. Если в 2019 году доля экспорта составила 9,6%, то к 2021 году она возросла до 13,8%. Все это свидетельствует об эффективности применяемого на предприятии механизма управления экспортом.

По всем видам экспортируемой продукции наблюдается рост экспортных продаж. Причем необходимо отметить, что наибольший объем экспортных продаж наблюдается по мобильным мастерским – рост составил 2,3 раза. Также существенно вырос объем экспортных поставок испытательного оборудования – в 2,1 раза. По всем остальным видам продукции рост составил более 70%.

Структура экспорта не претерпела существенных изменений. Более половины экспорта приходится на испытательное оборудование и мобильные мастерские. Причем доля испытательного оборудования выросла при колебании по годам с 26,3% в 2019 году до 28,6% в 2021 году. Также на 4,0% увеличилась доля мобильных мастерских.

Компания реализует продукцию более чем в 15 стран мира. В отдельные страны осуществлялись разовые поставки. При этом во многие страны экспорт осуществляется на постоянной основе. Причем по всем этим странам наблюдается тенденция роста экспортных поставок. Наибольший рост наблюдается в Саудовскую Аравию. В 2021 году в эту страну экспорт составил 43325 тыс. руб. что на 28127 тыс. руб. больше чем в 2019 году. Также более чем в 2 раза увеличился экспорт в Пакистан с 12586 тыс. руб. в 2019 году до 32554 тыс. руб. в 2021 году или на 19968 тыс. руб.

Экспортная прибыль предприятия ежегодно увеличивается. За исследуемый период она выросла с 13087 тыс. руб. в 2019 году до 56114 тыс. руб. в 2021 году или в 4,3 раза. Все это свидетельствует о высокой эффективности действующего механизма управления экспортной деятельностью на предприятии.

Экспортная деятельность является более доходной для предприятия, чем общая производственно-хозяйственная деятельность. Причем разница в доходности ежегодно возрастает. Так если рентабельность экспортных продаж превышала рентабельность общих продаж на 3,12%, то в 2021 году уже на 4,47%. Все это свидетельствует о высокой эффективности механизма экспорта промышленной продукции на предприятии.

В целях систематизации и целенаправленного развития механизма управления экспортом промышленной продукции на предприятии предлагается применить систему стратегического планирования. Так как предприятие активно реализует свою продукцию на ряде иностранных рынков на постоянной основе и предполагает осваивать новые зарубежные рынки сбыта, предлагается реализовывать два вида экспортной стратегии. В рамках предложенных целей первоначально предлагается выйти в 2023 году на рынки трех стран, получивших наибольший рейтинг, а в 2024 году еще на рынки двух стран. При реализации предлагаемой стратегии будет достигнута высокая степень дифференциации экспорта, что обеспечит сведение до минимума риски экспортных поставок и позволит поддерживать высокий уровень эффективности экспортной деятельности.

В целях обеспечения реализации предлагаемой экспортной стратегии необходимо активно использовать инструменты международного маркетинга, при этом предлагается использовать как собственные средства, так и меры государственной поддержки экспорта, реализуемые региональным экспортным центром. В результате реализации предлагаемых мероприятий в 2024 году может быть обеспечен выход на запланированные зарубежные рынки.

Совокупные затраты на реализацию проекта составят 5892,8 тыс. руб., при этом годовой экономический эффект составит 39136 тыс. руб., а чистый приведенный доход 33243,2 тыс. руб. Все это свидетельствует об экономической целесообразности предлагаемых решений.

Ректору ПГУ
А.Д. Гулякову
студент 4 курса ИЭУ
кафедры «МиЭБ»
очной формы обучения
Рязанов Ильи Максимовича

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Рязанов Илья Максимович, студент 4 курса очной формы обучения направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент организации», прошу провести проверку с использованием системы «Антиплагиат» бакалаврской работы на тему «Экономико-управленческие механизмы для расширения экспорта промышленной продукции (на примере ЗАО «ПКТБА»)», выполненной мной самостоятельно, на содержание элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен с действующим Стандартом университета «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска бакалаврской работы к защите и отчисления из университета.

Рязанов / Рязанов /

Бакалаврская работа представлена на проверку 25.05 2022 г.

Научный руководитель

Мамонтов С.В. / Мамонтов С.В. /



СПРАВКА

Пензенский государственный университет

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ ANTIPLAGIAT.VUZ

Автор работы: Матюкин Сергей Владимирович
Самоцитирование
рассчитано для:
Название работы: ВКР Рязанов
Тип работы: Не указано
Подразделение:

РЕЗУЛЬТАТЫ

ЗАЙМСТВОВАНИЯ	22.53%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ	74.31%
ЦИТИРОВАНИЯ	3.16%
САМОЦИТИРОВАНИЯ	0%

ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 25.05.2022



Модули поиска: ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс; Сводная коллекция РГБ; Цитирование; Переводные заимствования (RuEn); Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu); Переводные заимствования по Интернету (EnRu); Переводные заимствования издательства Wiley (RuEn); eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ; Медицина; Диссертации НББ; Перефразирование по eLIBRARY.RU; Перефразирование по Интернету; Патенты СССР, РФ, СНГ; Модуль поиска "ПГУ"; СМИ России и СНГ; Шаблонные фразы; Кольцо вузов; Издательство Wiley; Переводные заимствования

Работу проверил: Матюкин Сергей Владимирович

ФИО проверяющего

Дата подписи:

25.05.2022

Подпись проверяющего



Чтобы убедиться
в подлинности справки, используйте QR-код,
который содержит ссылку на отчет.

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование
корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего.
Предоставленная информация не подлежит использованию
в коммерческих целях.

ОТЗЫВ
на бакалаврскую работу
Рязанов Илья Максимович

(Фамилия, имя, отчество)

на тему Экономико-управленческие механизмы для расширения экспорта промышленной продукции (на примере ЗАО «ПКТБА»)

Актуальность темы исследования предопределена тем, что в современных условиях хозяйствования особую актуальность для предприятий приобретают вопросы повышения доходности. Одним из направлений достижения подобных целей является повышение эффективности экспортной деятельности предприятия. В условиях ожесточенной конкурентной борьбы на мировом рынке недостаточно поддерживать высокие технические параметры. Необходимо тщательно учитывать специфику потребительских требований в различных странах, анализировать деятельность основных фирм-конкурентов, вести широкую рекламную работу, выбирать оптимальные формы и методы сбыта. Практика показывает, что качество экономико-управленческих механизмов экспортной деятельности играет не меньшую, если не большую роль, чем качество экспортируемой продукции.

Рязановым И.М. проведено исследование теоретических основ формирования экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции, проведен анализ организации и управления экспортом промышленной продукции на предприятии; дана оценка эффективности действующих экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии, разработаны предложения по совершенствованию экономико-управленческих механизмов организации экспорта промышленной продукции на предприятии

Работа проиллюстрирована графическим материалом, таблицами, графиками и схемами, оформленными в соответствии с действующими стандартами.

Бакалаврская работа показывает, что у Рязанова И.М. сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Результаты проверки бакалаврской работы в системе «Антиплагиат» показали уровень оригинальности 74,31%.

Считаю, что данная бакалаврская работа может быть допущена к открытой защите и заслуживает оценки «отлично», а ее автор - присвоения квалификации «Бакалавр» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Руководитель:



Матюкин С.В.

(ФИО руководителя)

к.э.н., директор фонда поддержки

(ученое звание, степень)

предпринимательства Пензенской области

(Место работы)

«14» июля 2022г.