

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ АВИАЦИОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УЧЕБНО-НАУЧНЫЙ ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятий

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

_____ Кириленко О.М.
“” _____ 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
(ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА)

**ВЫПУСКНИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СТЕПЕНИ
"Магистр"**

**Тема: Усовершенствование внешнеэкономической деятельности строительной
компанияи Азфен**

Выполнил: Велиев Алисааб Кабиль оглы

Руководитель: к.э.н., доц. Оноприенко Александр Данилович

Нормоконтролер з ЄСКД (ЄСПД): _____ Серегин С.С.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий Інститут інноваційних освітніх технологій
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Кириленко О.М.
“ _ ” _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
"Магістр"

Тема: Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії Азфен

Виконав: _____ Веліев Алісааб Кабіль оглы

Керівник: _____ к.е.н., доц. Онопрієнко Олександр Данилович

Нормоконтролери з ЄСКД (ЄСПД): _____ Серьогін С.С.

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут ННІОТ

Факультет транспорту, менеджменту та логістики

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Освітнього ступеня магістр

Галузь знань 0306 "Менеджмент та адміністрування",

Напрямок підготовки 030601 "Менеджмент"

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Кириленко О.М.

"___" _____ 2020г.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи студента

Велиев Алисааб Кабиль оглы

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії Азфен затверджена наказом ректора від «22» листопада 2019 р., № 2701/ст

2. Термін виконання проекту (роботи): з 25.11.2019 г. до 29.02.2020 р.

3. Вихідні дані до дипломної роботи): Наукові праці вітчизняних і закордонних фахівців, бухгалтерська і статистична звітність будівельної компанії Азфен, нормативно-правова та законодавча база Азербайджану, Інтернет - ресурси.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці):

Необхідно: дослідити теоретичні засади управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, провести аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності будівельної компанії Азфен; розробити шляхи, модель та пропозиції щодо підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності С.П. Азфен; провести оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

5. Перелік обов'язкового графічного матеріалу:

Теоретичний розділ: (формули 18);

Аналітико-дослідницький розділ: (рисунки 14, табл. 10);

Проектно-рекомендаційний розділ: (рисунки 3, табл. 16, формули 2).

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ пор.	Этапы выполнения дипломной работы	Срок исполнения этапов	Примечание
1.	Написание и оформление ВВЕДЕНИЯ	до 25.12.2019	выполнено
2.	Написание и оформление РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	до 05.01.2020	выполнено
3.	Написание и оформление Раздел 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С.П. «АЗФЕН»	до 15.01.2020	выполнено
4.	Написание и оформление РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СП АЗФЕН	до 25.01.2020	выполнено
5.	Написание и оформление ВЫВОДОВ	до 27.01.2020	выполнено
6.	Оформление СПИСКА ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	до 28.01.2020	выполнено
7.	Окончательное оформление ДР (содержание, введение, выводы, приложения и т.д.)	до 05.02.2020	выполнено
8.	Подготовка доклада и презентации ДР	до 07.02.2020	выполнено
9.	Подписание необходимых документов в установленном порядке, подготовка к защите дипломной работы и предварительная защита дипломной работы на выпускающей кафедре	до 13.02.2020	выполнено

Руководитель дипломной работы, к.э.н., доцент
Студент

«__» _____ 2020

О.Д.Онопrienко
А.К.Велиев

Руководитель дипломной работы, к.э.н., доцент
Студент

«__» _____ 2020

О.Д.Онопrienко
А.К.Велиев

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ СЛОВ И СЛОВСОЧЕТАНИЙ

С.П. – Совместное Предприятие

ВЭД – Внешнеэкономическая деятельность

ВТО – Внешнеторговая организация

ОВЭС – Отдел Внешнеэкономических Связей

ГОСТ – государственный стандарт

ЭПРГ (этноцентризм, поли-центризм, регионоцентризм, геоцентризм).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

- 1.1 Понятие внешнеэкономической деятельности предприятия**
- 1.2 Организация управления внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия**
- 1.3 Особенности управления внешнеэкономической деятельностью строительной организации**

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С.П. «АЗФЕН»

- 2.1 Производственно - экономическая характеристика исследуемого объекта**
- 2.2 Анализ финансовых показателей деятельности С.П. «АЗФЕН» за период 2016-2018 годов.**
- 2.3 Оценка внешнеэкономической деятельности предприятия**

РАЗДЕЛ 3 ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СП АЗФЕН

- 3.1 Основные направления оптимизации внешнеэкономических операций предприятия**
- 3.2 Разработка модели оптимизации (усовершенствования) внешнеэкономических связей предприятия Азфен**
- 3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий**

ВЫВОДЫ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа посвящена усовершенствованию внешнеэкономической деятельности строительной компании Азфен

Во введении формулируется тема, цель и задачи работы, обосновывается актуальность выбранной темы.

В первом разделе рассматриваются теоретические и методические основы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия, в частности: сущность и содержание внешнеэкономической деятельности предприятия; формы, методы и особенности управления внешнеэкономической деятельностью строительной организации.

Во втором разделе осуществлен анализ финансово-экономической деятельности исследуемого предприятия и дана оценка его внешнеэкономической деятельности за предыдущий период.

В третьем разделе определены основные направления расширения внешнеэкономических операций С.П. Азфен, разработана модель оптимизации его внешнеэкономической деятельности и дана оценка эффективности осуществленных мероприятий.

Заключение содержит обобщения, выводы и рекомендации, вытекающие из результатов исследования.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, управление внешнеэкономической деятельностью предприятия, строительная организация, модель оптимизации.

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота присвячена вдосконаленню зовнішньоекономічної діяльності будівельної компанії Азфен.

У вступі формулюється тема, мета і завдання роботи, обґрунтовується актуальність обраної теми.

У першому розділі розглядаються теоретичні та методичні засади управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, зокрема: сутність та зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства; форми, методи та особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю будівельної організації.

У другому розділі здійснено аналіз фінансово-економічної діяльності досліджуваного підприємства та дано оцінку його зовнішньоекономічній діяльності за попередній період.

У третьому розділі визначені основні напрямки розширення зовнішньоекономічних операцій С.П. Азфен, розроблена модель оптимізації його зовнішньоекономічної діяльності та дано оцінку ефективності здійснених заходів.

Висновок містить узагальнення, висновки і рекомендації, що впливають з результатів дослідження.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, будівельна організація, модель оптимізації.

ANNOTATION

This thesis is devoted to improving the foreign economic activity of the construction company Azfen.

In the introduction, the relevance and practical value of the chosen topic formulated, the main goal and objectives of the study are determined, the subject and object of the study are indicated, scientific research methods are indicated.

The first chapter devoted to the theoretical and methodological foundations of managing the foreign economic activity of an enterprise, in particular: the nature and content of the foreign economic activity of an enterprise; forms, methods and features of managing the foreign economic activity of construction organization.

The second section analyzes the financial and economic activities of the enterprise under study and an assessment of its foreign economic activity for the previous period.

In the third section defines the main directions of expansion of foreign economic operations Azfen, a way for optimizing its foreign economic activity was developed and an assessment of the effectiveness of the measures taken is given.

The conclusion contains generalizations, summarization and recommendations from the results of the study.

Key words: foreign economic activity, enterprise foreign economic activity management, construction organization, optimization model.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Строительная отрасль в любой стране является одной из ключевых отраслей экономики, поскольку обеспечивает строительную часть инвестиций в промышленность, агропромышленный комплекс, создание хозяйственной и социальной инфраструктуры, во все другие отрасли национального хозяйства. Не смотря на большой спрос на строительные услуги, строительные компании, как правило, работают в условиях жёсткой конкуренции. Это предъявляет большие требования к менеджменту любой строительного предприятия, поскольку положение предприятия на рынке зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Бесперебойный выпуск и реализация высококачественной продукции и строительных услуг положительно влияют на финансовое положение предприятия. Сбои в производственном процессе, ухудшение качества продукции, затруднения с ее реализацией ведут к уменьшению поступления средств на счета предприятия, в результате чего ухудшается его платежеспособность.

Имеется и обратная связь: отсутствие денежных средств может привести к перебоям в обеспеченности материальными ресурсами, а следовательно, и в производственном процессе.

В практике работы предприятий нередки случаи, когда и хорошо работающее предприятие испытывает затруднения, связанные с недостаточно рациональным управлением и недоиспользованием возможности рынка. Речь прежде всего идёт о расширении внешнеэкономических связей строительных организаций.

Таким образом, в современных условиях для обеспечения высокой эффективности деятельности крупной строительной компании в текущем и последующих периодах в условиях Азербайджана необходимо постоянное расширение внешнеэкономической деятельности.

Проблемам обеспечения экономической эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия большое внимание уделяли такие отечественные и зарубежные авторы, как О.И. Волкова, В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова, Н.А. Сафронова, Н.П. Коваленко, Н.П. Любушкин, В.Б.

Лещева В.Г., Дьякова Л.Ф., Бука О.П., Зайцева В.Ю., Тюрина С.И., Абрамов Е.М., Дурновцева Ю.В., Чулкова Е. И., Бородина И.Е. и др.

Объект исследования – Совместное Предприятия «АЗФЕН»

Предмет исследования – подходы, методы, инструменты совершенствования системы управления эффективностью внешнеэкономической деятельностью строительного предприятия.

Целью дипломной работы является разработка предложений по усовершенствованию внешнеэкономической деятельности строительной компании Азфен на основе анализа финансово-хозяйственных показателей её деятельности за предыдущие периоды.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические и методические основы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия строительной индустрии;
- показать особенности управления внешнеэкономической деятельностью строительной организации;
- дать производственно-экономическую характеристику исследуемого предприятия;
- исследовать производственно-финансовую деятельность С.П. «Азфен» за предыдущие периоды;
- дать оценку внешнеэкономической деятельности исследуемого предприятия;
- сформулировать основные направления оптимизации внешнеэкономических операций предприятия
- разработать модель оптимизации внешнеэкономической деятельности С.П. Азфен;
- дать оценку экономической эффективности предложенных мер.

Структура работы. Работа состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка использованных источников.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых в области управления внешнеэкономической деятельностью предприятия.

В процессе написания дипломной работы были использованы методы индукции, сравнительного и экономического анализа, экспертных оценок, экономико-статистические, социологические и др методы исследования.

Информационной базой исследования стали законодательные и нормативные акты, методические материалы министерств и ведомств Азербайджана, материалы специализированных периодических изданий об основных направлениях совершенствования управления деятельностью строительной организации, материалы отчетности С.П. «АЗФЕН» за последние 3-5 лет. Данные для расчетов были получены из бухгалтерских балансов предприятия за 2015 - 2018 годы.

Общий объем работы составляет ? страницы, работа содержит 15 таблиц, 5 рисунков.

Практическая значимость исследования заключается в разработке конкретных мер по повышению эффективности внешнеэкономической деятельности строительной компании С.П. «АЗФЕН».

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие внешнеэкономической деятельности предприятия

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) представляет собой совокупность методов и средств торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, валютно-финансовых и кредитных отношений с зарубежными странами [2 с.10]. Важнейшей частью ВЭД выступает внешняя торговля, которая определяется как предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, работами, услугами, информацией и результатами интеллектуальной деятельности.

Предприятие-участник ВЭД – это самостоятельное юридическое лицо, обладающее обособленным имуществом, имеющее право от своего имени приобретать имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, а также быть истцом в суде, арбитраже и третейском суде. Являясь участником ВЭД, предприятие должно иметь четко очерченные цели деятельности, которые определяются в его учредительных документах. Цели и задачи внешнеэкономической сделки не должны вступать в противоречие с тем, что определено в уставе или прочих учредительных документах предприятия.

Субъектами внешнеэкономической деятельности могут также быть общественные организации и объединения. Они могут вступать в международные неправительственные объединения, поддерживать прямые международные контакты, заключать соответствующие соглашения.

При существующей самостоятельности участников ВЭД государство оставляет за собой право регулировать важнейшие аспекты этой деятельности. Основы государственного регулирования ВЭД концептуально определены в законе «О государственном регулировании внешнеэкономической деятельности» [2 с.10]. Государственное регулирование ВЭД базируется на определенных экономических и административных методах. К ним можно отнести таможенно-тарифное регулирование в виде применения импортно-экспортного тарифа; квотирование, лицензирование и т.д.

Основными формами внешнеэкономической деятельности предприятия являются: [3 с.61].

Экспорт – это вывоз товаров с таможенной территории страны за границу без обязательства по обратному их ввозу и возможное предоставление иностранными лицами услуг и прав на результаты интеллектуальной собственности.

Импорт – покупка товара у иностранного продавца, ввоз его на таможенную территорию страны покупателя.

Реэкспорт – покупка товара у иностранного продавца, ввоз его на территорию страны покупателя, перепродажа данного товара в его изначальном виде за рубеж иностранному покупателю.

Встречная торговля (встречные сделки) представляют собой организационно – увязанные экспортно-импортные операции, где экспортер обязуется принять в оплату стоимости своего товара всю или часть стоимости встречного импортного товара покупателя. Примером встречных сделок может служить бартерное сотрудничество на основе товарообмена.

На современном этапе экономического развития можно выделить два направления внешнеэкономической деятельности предприятия: совместное предпринимательство и заключение внешнеторговых контрактов с иностранными контрагентами.

Правовые вопросы совместного предпринимательства определяются нормами торгового и гражданского законодательства того государства, где создается совместное предприятие.

Заключение и реализация договора на внешнем рынке подчиняется правовому регулированию по следующим позициям: международные соглашения по ВЭД и нормы гражданского законодательства. Права и обязанности сторон по реализации внешнеэкономической сделки определяются теми законодательными актами, которые действуют по месту ее заключения. [2 с.74].

Внешнеторговый контракт – это договор о купле-продаже, поставке, проведении каких-либо работ, услуг, заключаемый двумя или более сторонами

(контрагентами). Контракт является основным, базовым документом, определяющим меру материальной ответственности сторон за выполнение обязательств, поэтому от правильности его составления зависит конечный результат сделки.

С целью единообразия в международной практике введен и действует выпущенный Международной торговой палатой сборник толкований международных торговых терминов «Инкотермс» [32 с.319]. Во избежание недоразумений между контрагентами в контрактах делается акцент на применение условий «Инкотермс» или, наоборот, оговорка об использовании специальных терминов.

Знание и применение Конвенции позволяет использовать унифицированный правовой режим для контроля за договорами купли-продажи во внешнеэкономической деятельности предприятия [32 с.184]. Это важно, так как различные иностранные партнеры несут с собой национальные особенности в решении одних и тех же вопросов, в ряде случаев является проблематичным определение государства, правом которого регулируются отношения по конкретному договору.

В настоящее время предприятие может осуществлять экспортно-импортные операции самостоятельно посредством реализации прямых договоров с иностранными партнерами или через посредников – другие предприятия, предоставляющие свои услуги по ВЭД. Выбор правовой формы ВЭД зависит от экономических возможностей и потребностей предприятия.

Реализуя свои цели во внешнеэкономической деятельности через другие предприятия, предприятие-экспортер (импортер) использует договоры поручения, договоры комиссии, договоры поставки. При заключении договора комиссии, при заключении контрактов с иностранными контрагентами выступает предприятие-комиссионер от имени предприятия-производителя (комитента) экспортируемого (импортируемого) товара. Помимо подписания договора комиссионер берет на себя обязательства реализовать этот договор при определенных условиях, в частности, как правило, за счет комитента. В результате предприятие-комиссионер получает комиссионное вознаграждение в размере оговоренного процента от общей стоимости контракта по обоюдной договоренности сторон.

Если речь идет о договорах поручениях, то предприятие-экспортер (импортер) поручает от своего имени заключить контракты другому предприятию за определенное вознаграждение.

Разнообразие видов и форм внешнеэкономической деятельности предприятий должно способствовать повышению эффективности внешних связей государства в целом. Это позволит решить такие задачи, как увеличение валютных ресурсов и объемов торговли, улучшение структуры экспорта и импорта, погашение нынешних долгов, расширение сфер сотрудничества, привлечение капитала и технологий в страну.

Осуществляя экспортную деятельность, предприятие должно иметь четкие представления о целях экспорта, стратегии экспортной деятельности, требованиях внешнего рынка, своих возможностях и ресурсах в настоящее время и в перспективе, поведении конкурентов, иными словами, оно должно разрабатывать определенную экспортную политику.

Экспортная политика предприятия предполагает разработку стратегии и принципов деятельности предприятия на внешнем рынке, формирование экспортного ассортимента товара, а также определение темпов обновления экспортной продукции, цен уровня качества, гарантий и сервисного обслуживания.

Важнейшей составляющей экспортной политики предприятия является формирование и управление экспортным ассортиментом товара. Основная задача заключается в том, чтобы экспортер своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые соответствуют профилю его производственной деятельности и наиболее полно удовлетворяют требованиям определенных категорий зарубежных покупателей.

Формирование такого ассортимента – это проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между старыми и новыми товарами, товарами единичного и серийного производства, наукоемкими обычными товарами, товарами или лицензиями, ноу-хау.

Исходя из международной практики, целесообразно выпускать не одно какое-либо изделие, а их параметрический ряд, например, набор насосов одного типа, но

отличающихся производительностью. Чем шире параметрические ряды и ассортиментный набор, тем вероятнее нахождение покупателем своего товара. Это в свою очередь укрепляет позиции предприятия на внешнем рынке.

Предприятия-экспортеры сталкиваются на внешнем рынке с международной конкуренцией.

Можно выделить следующие виды конкурентной борьбы [7 с.62].:

- функциональная конкуренция связана с тем, что любую потребность можно удовлетворить разнообразными способами; поэтому все товары, обеспечивающие удовлетворение этих потребностей, являются функциональными конкурентами;
- видовая конкуренция – следствие того, что товары, предназначенные для удовлетворения конкретной потребности, могут отличаться существенными параметрами;
- предметная конкуренция – результат того, что идентичные товары могут отличаться лишь качественными характеристиками;
- ценовая конкуренция предполагает, что однородные товары предлагаются по разнообразным ценам. При прямой ценовой конкуренции строительной организации широко оповещают о снижении цен на выпускаемую или имеющуюся в продаже продукцию;
- неценовая конкуренция выдвигает на первый план более высокую, чем у конкурентов, надежность, меньшую цену и более современный дизайн.

Экспорт отличается от внутренней торговли еще и тем, что сопровождается более высоким риском. Обычно выделяются коммерческие и политические риски. Коммерческие риски связаны с реализацией товаров на рынке, перевозкой грузов, приемкой товара покупателем, его платежеспособностью и желанием оплачивать товар, а также связаны с колебаниями валютного курса.

Политические риски определяются политикой государства в области экспорта и импорта, как то: введение запретов на экспорт или импорт, перевод денежных

средств и конвертируемость валют и др., а также риски, связанные с забастовками, войнами и т.п.

Основным документом, регулирующим экспортные отношения предприятий, является экспортный контракт, или договор купли-продажи. Контракт состоит из двух основных частей. Первая часть имеет непосредственное отношение к обязательствам экспортера. В ней приводятся сведения о:

- качестве товара;
- количестве товара;
- цене товара;
- условиях поставки;
- времени и месте поставки.

Во второй части контракта излагаются обязательства импортера:

- условия принятия товара;
- условия платежа.

Важно не допускать неточности в формулировках контракта; для того чтобы снизить вероятность риска при заключении контракта, необходимо определить следующие моменты: кто организует и оплачивает перевозку товара, несет ответственность за сохранность, гибель и порчу товара.

Экспортные сделки должны быть обеспечены различными пакетами документов, подтверждающими исполнение сделки с иностранным партнером на этапах поставки, транспортировки, хранения, таможенного оформления.

Существуют некоторые позиции, без которых документарная база экспортных операций не была бы полной, например:

- обеспечение производства экспортных товаров;
- подготовка товаров к отгрузке;
- хозяйственные и коммерческие документы;
- платежно-расчетные операции;

- товаротранспортные документы;
- страховое, таможенное оформление сделок, товаров.

В зависимости от назначения и содержания документы имеют различный характер. Например, если пакет документов по экспортированию товаров сопровождает груз до пункта назначения, то такие документы называют товаросопроводительными. Если документы характеризуют отгрузку товара, то они являются отгрузочными.

Для оценки количества, качества и стоимости экспортируемого товара предназначены коммерческие документы и счета. Так, основным расчетным документом является коммерческий счет, в котором дается полное и точное описание товара. Документарная группа «коммерческие счета» может подразделяться на следующие функциональные подгруппы:

- счета-проформы, в которых отсутствуют требования оплатить те или иные суммы;
- счета-фактуры, оформляемые по факту приемки товара;
- счета-спецификации, выписываемые при широкой номенклатуре поставляемых товаров;
- предварительные счета, используемые при частичных поставках товаров.

Помимо документального оформления расчетных операций по экспорту необходимо охарактеризовать количество поставляемой партии, что отражается в технической документации, спецификации, упаковочном листе.

Качество товара фиксируется в сертификатах качества, что обеспечивает соответствие товара по качеству соответствующим стандартам по данной группе изделий или условиям внешнеэкономического контракта. Качество подтверждается еще и такими документами, как:

- гарантийное обязательство;
- протокол испытания;
- разрешение на отгрузку.

Важно знать для организации экспорта товаров составляющие пакета транспортных документов, в частности, он включает:

- товарно-транспортные накладные в зависимости от видов транспортных средств (железнодорожный, авиа и т.д.);
- коносаменты в случае морских перевозок;
- акты сдачи-приемки;
- складские свидетельства и прочее;
- грузовая таможенная декларация, предъявляемая для выполнения таможенных формальностей.

Основными формами расчетов по экспортно-импортным операциям предприятия в условиях Азербайджана являются[2 с. 263]:

- расчеты по открытому счету;
- перевод;
- инкассо;
- аккредитив.

Перечисленные формы применяются при расчетах за наличные, в кредит, но большинство международных расчетов по хозяйственным операциям проводится в безналичной форме через банки.

Расчеты по открытому счету применимы, как правило, в сделках, контрагенты по которым хорошо знакомы друг другу, так как степень риска для поставщика (экспортера) всегда велика. Партнеры ведут учет задолженности, как по товарам, так и по денежным средствам. По мере отгрузки товара увеличивается задолженность покупателя, который погашает ее или путем перевода денег, или встречными сделками, или каким-либо иным путем в соответствии с условиями договора.

Перевод через банки является также достаточно рискованной для одной из сторон формой расчетов, но имеет и ряд преимуществ. Перевод осуществляется в виде поручения одного банка другому выплатить бенефициару (как правило, экспортеру) определенную сумму.

Перевод предусматривает возможность оплаты товара по факту или предоплату, т.е. оплату авансом. Предприятия, применяющие такую форму расчетов, выигрывают, во-первых, время, так как перевод осуществляется быстро; во-вторых, деньги, так как перевод, как правило, дешевле и прост.

Проблема налогового режима страны-экспортера оказывает существенное влияние на эффективность реализации той или иной экспортной сделки.

Используя гибкий механизм обложения таможенными пошлинами, государство регулирует осуществление внешнеэкономических сделок. Не случайно предусматриваются льготы в виде возврата ранее уплаченной пошлины, снижения ее ставки и освобождения от уплаты пошлины по некоторым группам товаров.

Ставки экспортных пошлин устанавливаются по разнице между мировыми и внутренними ценами с учетом стимулирования производства товаров, поставляемых на экспорт [2 с. 671]. Международная практика предполагает, что цены экспортных товаров не должны быть ниже мирового уровня. Законодательством определено, что выручка предприятий-экспортеров не может превышать после уплаты экспортных пошлин суммы поступления от поставок на рынок Азербайджана более чем на 50% [4 с.89]. Помимо пошлин экспортеры уплачивают акцизы, в случае вывоза подакцизных товаров, а так же оплачивают таможенные процедуры в процентах от фактической стоимости товара.

Во внешнеэкономической деятельности предприятие сталкивается с различными видами цен. Основными среди них являются [8 с.121]:

- мировая цена, определяемая в зависимости от вида товара: по одним товарам (обычно сырьевым) – уровнем цен стран-экспортеров или стран-импортеров, по другим – ценами бирж, аукционов, а по готовым изделиям – ценами товаров ведущих строительных организаций мира, специализирующихся в производстве и экспорте продукции данного вида;
- цена предложения, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;
- твердая цена, которая устанавливается в договоре купли-продажи и не подлежит изменению;

- скользящая цена, которая устанавливается договором в зависимости от некоторых условий (биржевой котировки, инфляции и т.д.) на определенную дату (например, поставки товара покупателю, фактического получения товара и т.д.);
- базисная цена, используемая для определения сорта или качества товара; она согласуется сторонами сделки и служит исходной базой для определения цены фактически поставленного товара. В зависимости от качества поставленного товара базисная цена может уменьшаться или увеличиваться в соответствии с установленными в договоре скидками или надбавками;
- фактурная цена, определяемая условиями поставки, обусловленными в контракте. Обычно фактурная цена дополняется термином «Инкотермс», характеризующим особенности оплаты стоимости перевозки, страховки и таможенных расходов;
- справочная цена обычно отражает уровень фактически заключенных сделок за некоторый период и используется в переговорах для установления исходной цены. Справочные цены регулярно публикуются в изданиях ООН и других международных организаций.

Основные отличия экспортной цены от внутренних цен заключаются в дополнительных расходах, которые включают:

- комиссионные вознаграждения продавцов и покупателей;
- импортные таможенные расходы в стране покупателя;
- транспортные издержки;
- расходы по страхованию;
- расходы по упаковке;
- резервы, необходимые для покрытия непредвиденных рисков;
- расходы по составлению контракта, оформлению сертификатов и прочих бумаг.

Импорт товаров и услуг является составной частью внешнеторговой деятельности предприятия.

Импортный товар должен соответствовать ГОСТам и иметь соответствующее подтверждение. Способами подтверждения могут быть:

- предоставление сертификата на поставляемую продукцию по правилам системы сертификации;
- предоставление сертификата (заграничного), признаваемого в стране, в соответствии с международными, двусторонними соглашениями.

Сертификаты могут быть:

- сертификат соответствия;
- сертификат качества;
- сертификат безопасности.

Сертификат соответствия – это документ, подтверждающий, что данное наименование товара (работ, услуг) соответствует требованиям конкретного стандарта или другого нормативного документа по системе сертификации ГОСТа.

Сертификат качества – это тот же сертификат соответствия, но с более расширенным подтверждением соответствия по всем потребительским показателям стандарта.

Сертификат безопасности имеет более ограниченное значение, чем сертификат соответствия, а именно подтверждает, что продукция (работа, услуга) соответствует требованиям стандарта по показателям безопасности.

Таможенная стоимость импортируемого груза может исчисляться различными методами, в частности:

- по цене сделки с ввозимыми товарами;
- по цене сделки с идентичными товарами;
- по цене сделки с однородными товарами;
- методом вычитания стоимости;
- методом сложения стоимости;
- резервным методом.

Фактические затраты складываются из:

- затрат по производству, с учетом отоваривания;
- расходов по транспортировке до станции назначения на таможенной территории Азербайджана, включая погрузку, перевозку, выгрузку и страхование груза [40 с.64];
- затрат на тару;
- затрат на посреднические услуги;
- прочих затрат.

Встречная торговля соединяет в себе особенности экспортных и импортных сделок. При проведении встречных сделок экспортер обязуется принять в оплату стоимости своего товара всю или часть стоимости встречного импортного товара покупателя. Примером встречных сделок может служить бартерное сотрудничество на основе товарообмена, которое, однако, в последнее время встречается реже из-за множества нарушений со стороны предприятий и установившегося налогового законодательства. Бартерные сделки – это наиболее простая форма взаимодействия сторон, без оплаты в денежной форме.

Встречная торговля также может быть реализована:

- в рамках совместного предпринимательства;
- во встречных поставках, лежащих в основе производственной кооперации;
- в участии продавца в реализации товаров покупателя.

Последнее предполагает денежные расчеты между сторонами при согласовании цен на соответствующие товары.

Основным является то, что в счет платежей по экспорту производят платежи по встречным закупкам.

Для заключения подобных сделок оформляется два отдельных контракта:

- контракт на экспорт, в котором помимо условий по экспорту продавцу вменяется в обязанность закупить у покупателя товар на определенную долю выручки;
- контракт на импорт.

Продавец также может оказывать содействие в закупке товара покупателем третьими лицами.

Экономическая сущность такого рода сделок заключается в том, что в условиях долгосрочного сотрудничества контрагенту предоставляются: оборудование, материалы, инжиниринговые и прочие услуги для осуществления деятельности на условиях кредита, а он погашает этот кредит за счет поставок продукции данного объекта.

Таким образом, встречная торговля является очень важной формой внешнеэкономической деятельности при осуществлении промышленного сотрудничества и производственной кооперации.

1.2. Организация управления внешнеэкономической деятельностью предприятия

В современных условиях предприятие является основным звеном внешнеэкономической деятельности. В соответствии с действующим законодательством предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в определенном порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Для эффективного управления внешнеэкономической деятельностью предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления, которая определяется прежде всего теми целями и задачами, которые она призвана решать.

Функциональные отделы и службы организационной структуры управления внешнеэкономической деятельностью предприятия можно условно разделить на три группы (рис 1.1):

1. Группа отделов и служб, осуществляющих планирование:

- планово-экономический отдел – планирование внешнеэкономической деятельности и контроль выполнения плана, анализ хозяйственной деятельности предприятия;
- валютно-финансовый отдел – валютное планирование и контроль за банковскими, валютными, кредитными и расчетными операциями, соблюдение интересов ВТО при внешнеторговых сделках;
- транспортный отдел – планирование и обеспечение перевозок экспортных и импортных грузов;
- бухгалтерия ВТО – учет и отчетность, расчеты с банками, поставщиками и сторонними организациями, расчет и выплата заработной платы, анализ (совместно с плановым отделом) результатов финансовой деятельности по объединению и рекомендации по ее улучшению.



Рисунок 1.1 Функциональные отделы и службы организационной структуры управления ВЭД

2. Группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом:

- отдел конъюнктуры и цен – исследование спроса, предложения, динамики цен, структуры рынков, систематизация конъюнктурных материалов, координация работы строительных организаций с общими иностранными агентами, методическое руководство и контроль правильности расчетов и применения цен строительными организациями при подготовке и заключении контрактов, другая работа по исследованию конъюнктуры рынков;
- отдел рекламы и выставок – обеспечение рекламной деятельности ВТО, организация участия в международных выставках и ярмарках;
- инженерно-технический отдел – изучение действующих на мировом рынке технических требований к товарам, информирование о них непосредственных производителей товаров, анализ технического уровня и качества продукции и услуг, ее конкурентоспособности, подготовка соответствующих заключений;

3. Группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений:

- отдел развития – совершенствование организационной структуры предприятия;
- отдел кадров – вопросы подбора и расстановки кадров, ведение личных дел работников;
- административно-хозяйственный отдел – снабжение необходимыми для работы предприятия материалами и оборудованием, ответственность за эксплуатацию здания, другая хозяйственная работа;
- юридический отдел – помощь в составлении условий контрактов и соглашений, консультация по вопросам презентаций и рекламаций, разногласий, защита интересов ВТО в судах и арбитражах, правовое обеспечение;
- Иногда юридический и протокольный отделы, а также бухгалтерия и отдел кадров подчиняются непосредственно генеральному директору ВТО, выполняя те же функции.

Создание такой разветвленной структуры управления ВЭД характерно для предприятий (организаций) независимо от их организационно-правовой формы, когда их деятельность в значительной мере сосредоточена на освоении внешних рынков.

На предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела (отдела внешнеэкономических связей) и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой строительной организации.

Основными функциями ОБЭС (рис. 1.2) являются:

- Научно-техническое сотрудничество и внешние связи.

Это предполагает:

- проведение необходимых мероприятий по научно-техническому сотрудничеству с другими организациями в изучении и внедрении передового опыта;
- разработку планов сотрудничества; организацию переговоров;
- сбор и накопление информации по международному опыту;
- подбор специалистов для командирования за рубеж;
- планирование и контроль за экспортным производством, а также статистическую отчетность.

- Протокол:

- организация протокольных мероприятий, связанных с приемом делегаций, проведение консультаций с иностранными специалистами;
- оформление документов для всех прибывающих на предприятие специалистов по вопросам расширения рынка сбыта продукции и обмену опытом;
- обеспечение переводчиками иностранных специалистов, делегаций, а также переговоров;
- перевод каталогов, проспектов, другой технической документации.

- Аналитические исследования, составление прогноза сбыта и выработка политики ценообразования:

- анализ характеристик выпускаемой продукции исходя из требований рынка;

- изучение и анализ рынка сбыта продукции

- разработка, составление прогноза сбыта;

- определение возможного ассортимента товаров для продажи на внешнем рынке и разработка проекта планируемого оборота предприятия и новых форм обслуживания;

- создание банка данных для маркетингового ситуационного анализа;

- изучение факторов, влияющих на скорость внедрения товара на рынке, и выбор наиболее оптимального подхода к ценообразованию при реализации продукции предприятия; анализ состояния цен на рынке.



Рисунок 1.2. Основные функции отдела внешнеэкономических связей

- Изучение рекламной деятельности:

- разработка мероприятий по стимулированию спроса продукции предприятия; проведение анализа мероприятий по рекламе продукции.

- Разработка планов и работа по заключению договоров на реализацию продукции:

- заключение, продление и контроль за исполнением договоров, оформление контрактов; работа с дилерами и агентами по сбыту; поиск потребителей на основе выданных прогнозов сбыта;

- ведение картотеки по учету потребителей;

- переговоры с потенциальными потребителями.

- Участие в выставках и ярмарках.

- При выборе нужной выставки необходимо руководствоваться критериями отбора, такими, как популярность выставки, место и время ее проведения, реклама, стоимость участия и др. Участие в выставках – дело не дешевое, и поэтому необходимо проанализировать все факторы при выборе выставки. На выставках, как правило, устанавливается много контактов, происходит обмен визитными карточками, оговариваются условия, в этом преимущество выставок – непосредственный контакт, из которого можно выяснить сразу, эффективно ли сотрудничество в перспективе.

- Рассылка писем и каталогов по адресам. В специальных справочниках можно отыскать множество предприятий, которые могут быть заинтересованы и нуждаются в продукции, учитывая их производство и место нахождения. Письма печатаются на фирменных бланках предприятия. Необходимо уделить внимание стилистике письма: предпочтительно обращаться лично, письма не должны быть безликими и однотипными. В этом большой шанс привлечь к письму внимание получателя. Нужно заметить, что эта работа не всегда эффективна, занимает немало времени и не дает гарантий на получение ответа.

- Телефонные звонки и переговоры с возможными покупателями, предприятиями. Это более дорогое, но более быстрое мероприятие, чем рассылка

писем по аналогичным адресам. Сюда можно отнести также телексы, факсы, использование сети "Интернет".

- **Объявления в газетах.** Это дорогая реклама, нет гарантий в том, что эти затраты окупятся, но есть возможность привлечь к себе внимание значительного числа потенциальных покупателей.

Анализ в процессе проведения сбытовой работы ее эффективности показывает очевидное преимущество поиска постоянных заказчиков. С учетом тонкости заказа, специализации производится более эффективные и необходимые для клиента продукция или услуги.

Функциональная структура внешнеэкономической деятельности предприятия представлена на рис 1.3.

Таким образом, организация эффективного управления внешнеэкономической деятельностью предприятия в современных условиях предполагает, с одной стороны, определение функциональных задач и функциональной структуры его внешнеэкономической деятельности, а с другой стороны, адекватной условиям его работы структуры управления, которая должна определяться прежде всего теми целями и задачами, которые она призвана решать.

1.3 Особенности управления внешнеэкономической деятельностью строительной организации

Внешеэкономическая деятельность строительной организации включает такие основные направления:

- выход на внешний рынок;
- экспортно-импортные поставки товаров, услуги капитала;
- валютно-финансовые и кредитные операции;
- создание и участие в деятельности совместных предприятий;

- международный маркетинг;
- мониторинг национальной экономической политики и экономики мирохозяйственных связей[6 с.95]:

Рыночная стратегия строительной организации предусматривает сопоставления всех альтернативных вариантов в сфере внешнеэкономической деятельности и обоснование оптимального решения.

Процесс выработки рыночной стратегии строительной организации охватывает следующие этапы (рис 1.4.)

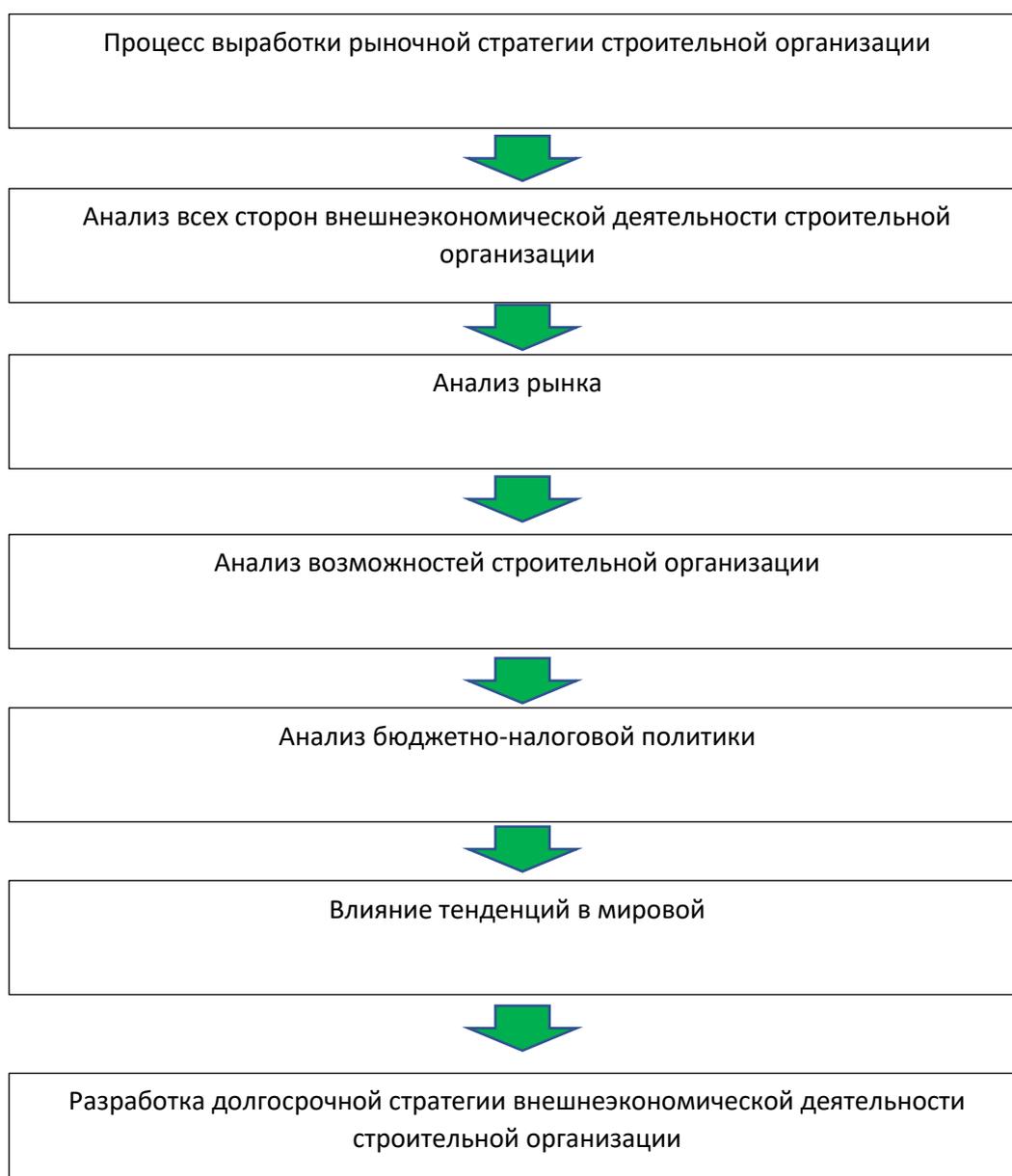


Рисунок 1.4 Процесс выработки рыночной стратегии строительной организации.

I. Анализ всех сторон внешнеэкономической деятельности строительной организации. При этом необходимо:

- а) анализировать положение строительного предприятия на рынке с теми услугами, которые предприятия оказывает в данный момент;
- б) изучать деятельность строительной организации из позиций потребителя товаров и услуг строительной организации;
- в) анализировать деятельность строительной организации из позиций рынка.

II. Анализ рынка будущего (анализ спроса и предложения). строительной организации важно определить, которым будет рынок в ближайшем будущем, в каком направлении этот рынок будет развиваться и чего ждут потребители от строительной организации в будущем. При этом необходимо:

- а) сопоставить положение строительной организации с емкостью будущего рынка;
- б) проанализировать колебание конъюнктуры рынка.

III. Анализ возможностей строительной организации:

- а) анализ ожидаемого увеличения объема внешнеэкономической деятельности;
- б) анализ перемещения предприятия на другие рынки;
- в) анализ деятельности в новой среде и прекращение деятельности в старой сфере.

IV. Анализ бюджетно-налоговой политики:

- а) бюджетно-налоговая политика внутри страны и ее влияние на строительной организацию;
- б) бюджетно-налоговая политика за рубежом и его влияние на строительную организацию.

V. Влияние тенденций в мировой экономике:

- а) анализ мирового рынка ссудного капитала;
- б) анализ внешнеторговой политики разных стран.

VI. Разработка долгосрочной стратегии внешнеэкономической деятельности строительной организации:

- а) формулирование глобальной долгосрочной цели внешнеэкономической деятельности;
- б) формулирования вариантов достижения целей внешнеэкономической деятельности;
- в) декомпозиция глобальной цели на подъем;
- г) сравнение вариантов достижения целей внешнеэкономической деятельности.

Стремления получить прибыль большую, чем внутри страны, побуждают выходить на международный рынок. Несмотря на присутствие фактора неопределенности в новой среде (новые конкуренты, непостоянная рыночная конъюнктура, колебания валютных курсов, политическая нестабильность и др.), предприятие стремится наращивать свое присутствие на мировом рынке.

Ощувив на себе недостатки первых, скорее спонтанных и импульсивных, действий, предприятие начинает применять стратегическое планирование. Успешное его использования дает возможность строительной организации достичь эффективной предпринимательской деятельности на внешнем рынке.

Планирование рыночной стратегии осуществляется строительной организации на трех разных уровнях:

Глобальный уровень. Планирование здесь осуществляется в наиболее долгосрочном аспекте, определяются важные для предприятия цели, которые воспринимаются как единое целое;

Стратегический уровень. Планирование осуществляется на уровне руководства предприятия и дает представление о долго и среднесрочных вариантах развития;

Фактический уровень. В этом случае планирование сосредоточивается на определении конкретных мероприятий, необходимых для решения вопросов

эффективного использования имеющихся ресурсов при реализации глобальных целей на тех рынках, где действует строительное предприятие.

Планирование стратегии строительной организации имеет целью, прежде всего, предупредить неблагоприятное влияние внешних факторов. Важнейшей его функцией является прогнозирования будущего. Определяя желательные и возможные ориентиры своей будущей деятельности на мировом рынке, строительная организация уменьшает возможность непредвиденного действия основных факторов, которые действуют на мировом рынке.

Сложность экономических явлений и процессов в мировом хозяйстве и усиления влияния внешних факторов на предприятие делают стратегическое планирование обязательным условием хозяйственной деятельности. Вдобавок, потребность во взвешенной, эффективной политике и предвидении хода внешнеэкономической деятельности строительной организации возрастает с увеличением количества рынков, где она осуществляет свою коммерческую деятельность.

Простое и ясное определение целей представляет собой важную предпосылку успешного выхода на внешние рынки, равно как и точная оценка имеющихся ресурсов. Очень часто возможности, которые появляются на внешних рынках, не согласовываются ни с целями, ни с ресурсами. Рынок может обещать привлекательные прибыли в краткосрочном периоде, но иметь неустойчивые перспективы в долгосрочном. Таким образом, очень важно достаточно ясно определить цели, чтобы не допустить втягивания предприятия в проигрышные ситуации.

После этого приоритет следует отдать сопоставлению потребностей и имеющихся ресурсов. Прежде всего, необходимо, чтобы рабочие предприятия были непосредственно заинтересованы в участии в международной деятельности. Только тогда они смогут преодолеть обычные схемы использования ресурсов, "нажитых" в предыдущие года хозяйствования

Случайные решения могут оказаться удачными, тем не менее лишь постоянное и целенаправленное планирование даст возможность достичь оптимальной отдачи от инвестиций.

Поведение управленческого персонала в условиях внешнеэкономической экспансии предприятия можно подать в виде схемы ЭПРГ (этноцентризм, полицентризм, региоцентризм, геоцентризм) рис 1.5..

Этноцентризм. Этноцентрическое предприятие рассматривает свое междуна родное развитие как вторичное относительно "внутренней экспансии", а внешний рынок как "поглотитель" излишков продукции. Предприятие склонно к централизации основных маркетинговых решений и имеет тенденцию воссоздавать на внешних рынках политику и процедуры, используемые сначала на внутреннем рынке.

Полицентризм. Предприятие признает важность специфических факторов, которые влияют на его международную деятельность, а также влияние этой деятельности на оборот капитала и рентабельность. Для полной гарантии наилучшего учета названных факторов допускается высокая степень автономии, даже независимости, чтобы для каждой страны выработать свою политику. Таким образом, маркетинг осуществляется на территориальной основе и акцент делается не столько на нынешнем или долгосрочном сходстве рынков, сколько на различии между ними.

Региоцентризм и геоцентризм. Эти два понятия означают определенную степень зрелости в восприятии предприятием своей международной активности. Региоцентризм рассматривает мир как совокупность рынков, которые имеют некоторые общие характеристики. Геоцентризм трактует мир как единый рынок.

Эти два подхода дают возможность осуществлять политику, которая объединяет общие условия рынка с особенностями его конкретного освоения. Некоторые решения принимаются для мирового рынка в целомединая марка продукции, общая тональность рекламы, тогда как другие решения касаются регионов (специальный ассортимент, сбытовые сети, политика цен и др.). Именно на этих двух стадиях можно определить эффективную стандартизацию процедур и применить

разработанную плановую стратегию и поведение в отдельных сегментах мирового рынка.

Таким образом, планирование стратегии строительной организации не является следствием лишь сложных ситуаций на рынке и в управлении. Оно определяется, прежде всего, заинтересованностью строительной организации во внешнеэкономической деятельности.

Планирование рыночной стратегии зависит также от уровня интернационализации предприятия. Предприятие-новичок, прежде всего, стремится выбрать наиболее адекватный рынку товар и установить оптимальную цену. Опытное же предприятие преимущественно проявляет заботу о решении на внешнем рынке проблем равновесия используемых ресурсов, запуска или снятия с производства продукции, распространения на рынках своей продукции или выхода с них. В обоих случаях необходимо обращаться к формализованным процедурам планирования - его фазам.

Процесс планирования стратегии строительной организации состоит из следующих фаз (рис 1.6.):

Фаза анализа и выбора рынков в зависимости от целей и ресурсов предприятия. Какой бы не была степень вовлечения во внешнеэкономические связи, предприятие должно постоянно стремиться поддерживать устойчивое соответствие между имеющимся опытом, производимыми товарами, своей культурой, своими целями и характеристиками разных рынков. С этой целью важно определить критерии выбора, такие как минимальный потенциал, вероятный период окупаемости инвестиций, определенный уровень текущей прибыли и т.п.. Принятые меры оказываются эффективными только в том случае, если по мере освоения внешних рынков поддерживаются постоянные усилия относительно получения информации и контроля за реализацией проектов. Эти усилия дают возможность предприятию располагать необходимыми сведениями для точного оценивания потенциала, рисков и возможностей, адаптации предложения и для коммерческих решений о начале компании на данном рынке.

Фаза адаптации предложения. Цель этой стратегической фазы - измерение степени адаптации разных элементов - товара, цены, системы сбыта, коммуникации для определения надлежащего объема предложения. Одна из проблем касается культурной среды предложенного продукта: измерение этого феномена идентификации, способа потребления, частоты покупок и т.д.

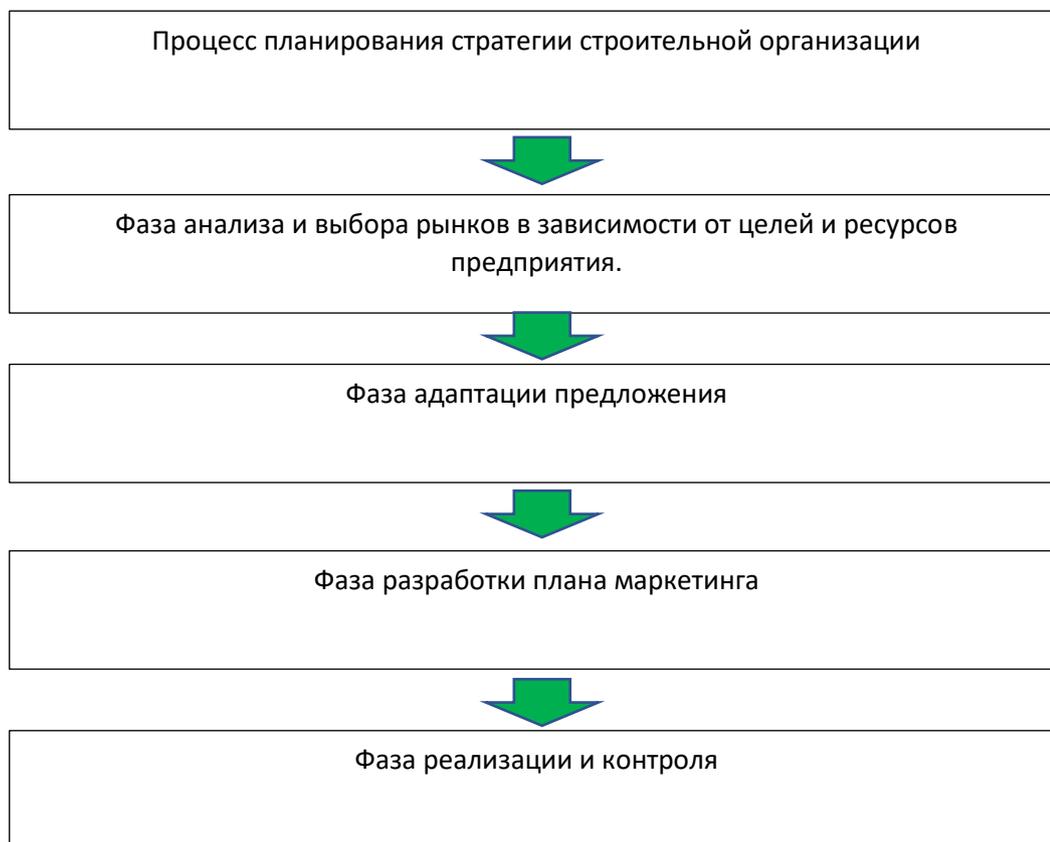


Рисунок 1.6 Процесс планирования стратегии строительной организации

Тщательно изучаются также существенные отличия между странами в сфере сбыта, в политике цен и кредита, в сфере коммуникаций, включая средства массовой информации, содержание и природу сообщений, затраты на рекламные кампании.

На протяжении этой фазы предприятие должно иметь возможность оценить осуществимость предложений и затраты на их адаптацию к специфическим условиям рынка, что даст возможность одновременно вторично выбрать рынок.

Фаза разработки плана маркетинга. Достигнутые результаты дают возможность разработать план, адаптированный к рынку, который уточняет, что необходимо делать, как, каким образом и в какие сроки.

Вопрос о затратах и средствах становится центральным, поскольку он определяет успех или неуспех плана. Бюджетный дефицит или перебои в снабжении будут серьезно сказываться на эффективности внешнеэкономических действий.

Фаза реализации и контроля. Реализация коммерческого плана во внешнеэкономической сфере не ограничивается просто принятием положительного решения. Важно осуществлять мониторинг и контроль, чтобы обосновать предпринимаемые усилия и как можно раньше обнаружить возможное отклонение от планов освоения рынка. А для этого нужно иметь не только довольно четко определенные приоритеты, а и сохранять достигнутую дистанцию относительно текущих действий для оценки перекосов и выработки корректирующих решений.

Процесс стратегического планирования представляет собой замкнутую систему, функционирование которой связано с выполнением двух условий: наблюдение и обеспечение гибкости. Систематическое наблюдение дает возможность измерять результаты и своевременно обнаруживать отклонение; обеспечение гибкости дает возможность осуществлять соответствующие корректировки. Следовательно, предприятие должно стремиться выполнять оба эти условия.

Общий стратегический план строительной организации формируется на основе ее стратегической маркетинговой программы путем наращивания на нем финансово-экономической, технической и организационной составляющих.

Рыночная ситуация непрерывно изменяется, поэтому постоянно существует необходимость корректировки стратегического плана, то есть строительная организация всегда должна иметь стратегическую маркетинговую программу на последующие три - пять лет.

Структура стратегической маркетинговой программы состоит из трех взаимозависимых блоков: целей предприятия, стратегии развития хозяйственного портфеля и стратегии роста.

Независимо от установленного срока получения результата различают цели краткосрочные (результат можно ожидать в ближайшем будущем), среднесрочные и долгосрочные (результат можно ожидать в перспективе через пять и больше лет).

Стратегическая маркетинговая программа строительной организации направлена преимущественно на среднесрочные и долгосрочные цели.

Целей у строительной организации может быть много, поэтому необходимо их ранжировать, то есть выделять главную цель и цели, которые определяются ею. Для достижения главной цели определяются цели второго уровня, для их достижения - цели третьего уровня; могут быть также промежуточные цели, подцели. В конечном итоге получается дерево целей строительной организации.

При построении дерева целей руководствуются тремя принципами.

1. Построение по временным интервалам, когда главной есть глобальная долгосрочная цель, которая определяет другие долгосрочные цели, которые, в свою очередь, называют среднесрочные цели, а затем определяют и краткосрочные цели.

2. Построение по функциональному признаку. В данном случае главной есть цель всей строительной организации, которая определяет цели отдельных функциональных подразделений строительной организации, которые обозначают цели подразделений строительной организации.

3. Построение по функционально-временному принципу, объединяющему два изложенных выше принципа.

Любое предприятие в хозяйственной деятельности очень похоже на "содержимое" портфеля, в котором содержатся разнообразные вещи. Очень редко предприятие производит один вид товара. Обычно производственная программа фирмы включает несколько видов товаров, как связанных друг с другом, так и несвязанных.

Стратегия роста строительной организации состоит в определении основных направлений расширения деловой активности. Выделяются такие основные направления:

1. Расширение активности строительной организации "вглубь" - сегментация существующих рынков с целью охвата своей продукцией новых групп потребителей.

2. Расширение активности строительной организации "вширь" - диверсификация производства, то есть пополнение производственной программы

новыми видами изделий, как связанными с основным профилем предприятия, так и не связанными с ним.

3. Расширение активности "через границы" - интернационализация производства через освоение новых зарубежных рынков.

4. Количественный рост - наращивание объема производства неизменной номенклатуры товаров для старогорынка.

Наибольшую часть маркетинговой программы составляет описание инструментария реализации поставленных целей, то есть перечень маркетинговых мероприятий или составных маркетинговой политики по каждому товару, рынку и производственному отделению:

- товарной политики, которая предусматривает оптимизацию товарного ассортимента и управление инновационными процессами;

- сбытовой политики - формирование сбытовой сети, каналов товародвижения;

- стимулирующей или коммуникационной политики, которая предусматривает мероприятия в сфере рекламы, сервисной политики, участия в выставках и т.п.;

- ценовой политики, которая предполагает выбор основных ценовых стратегий, их комбинирование и соотношение.

В большинстве маркетинговых программ указываются содержание и план маркетинговых исследований, методика информационного обеспечения и построения банка данных, план подготовки и повышения квалификации персонала фирмы, в том числе и в сфере маркетинга. Определяются также потребности в ресурсах для реализации поставленных задач (материальных, трудовых и др.).

В итоговой части программы приводится смета затрат на ее реализацию в целом и по отдельным статьям, видами маркетинговой деятельности; дается предварительная оценка ее эффективности. Предполагаются также меры контроля за ходом выполнения программы.

В зависимости от конкретных условий функционирования строительной организации маркетологи предусматривают различные направления стратегий

предпринимательской, производственно-сбытовой и научно-технической деятельности. Остановимся на основных из них.

Глобальными направлениями маркетинговой стратегии являются следующие три измерения расширения рыночной активности:

- Интернационализация;
- Диверсификация
- Сегментация

Стратегия интернационализации - освоение новых, заграничных рынков используя не только расширение экспорта товаров, но и экспорта капиталов. В этом случае за рубежом, в частности в бывших странах-импортерах, создаются предприятия, заводы и фабрики, которые вырабатывают товары, минуя ограничительные торговые барьеры и используя преимущества дешевой рабочей силы и богатого местного сырья.

Стратегия диверсификации - освоение производства новых товаров, товарных рынков, а также видов услуг, включая не просто диверсификацию товарных групп, но и распространение предпринимательской деятельности на новые и не связанные с основными видами деятельности.

Стратегия сегментации - углубление степени насыщения предлагаемыми товарами и услугами всех групп потребителей, выбор максимальной глубины рыночного спроса, изучение мельчайших его оттенков.

Стратегия расширения рыночной активности строительной организации включает и четвертое измерение рыночных действий - ритм (темп, скорость) этих процессов. И, естественно, более быстрый темп при прочих равных условиях обеспечивает лучшие результаты и приносит значительные успехи.

Глобальные направления маркетинговой стратегии находят свое развитие в краткосрочных и долгосрочных целях строительной организации.

Краткосрочные цели:

1. Текущая прибыль: максимизация текущей прибыли, быстрое получение наличных денег;

2. Выживаемость: обеспечение окупаемости затрат, сохранение существующего положения.

Долгосрочные цели:

1. Сбыт: максимизация сбыта, достижение определенной доли рынка;

2. Качество: обеспечение лидерства по показателям качества.

В рыночной практике существуют три основных вида стратегии развития СХП.

1. Стратегия наступления (атакующая) – это завоевания и расширения рыночной доли.

2. Стратегия обороны – это удержание существующей рыночной доли. Эта стратегия таит в себе опасность не увидеть незаметно подкрадывающегося конкурента.

3. Стратегия отступления – это сокращение рыночной доли с целью роста прибыли в результате постепенного ухода с рынка или ликвидации данного бизнеса.

Выводы к разделу 1

Для эффективного управления внешнеэкономической деятельностью предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления, которая определяется прежде всего теми целями и задачами предприятия.

В самом общем виде функциональные отделы и службы организационной структуры управления внешнеэкономической деятельностью предприятия можно разделить на три группы:

1. Группа отделов и служб, осуществляющих планирование;

2. Группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом;

3. Группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений, которую условно можно разделить на:

- отдел развития – совершенствование организационной структуры предприятия;

- отдел кадров – вопросы подбора и расстановки кадров, ведение личных дел работников;

- административно-хозяйственный отдел – снабжение необходимыми для работы предприятия материалами и оборудованием, ответственность за эксплуатацию здания, другая хозяйственная работа;

- юридический отдел – помощь в составлении условий контрактов и соглашений, консультация по вопросам презентаций и рекламаций, разногласий, защита интересов предприятия в судах и арбитражах, правовое обеспечение;

На предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела (отдела внешнеэкономических связей) и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой строительной организации.

Внешеэкономическая деятельность строительной организации включает такие основные направления:

- выход на внешний рынок;
- экспортно-импортные поставки товаров, услуги капитала;
- валютно-финансовые и кредитные операции;
- создание и участие в деятельности совместных предприятий;
- международный маркетинг;
- мониторинг национальной экономической политики.

Рыночная стратегия строительной организации предусматривает сопоставления всех альтернативных вариантов в сфере внешнеэкономической деятельности и обоснование оптимального решения.

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С.П. «АЗФЕН»

2.1 Производственно - экономическая характеристика исследуемого объекта

Совместное Предприятие АЗФЕН было основано в январе 1996 года ГНКАР-Государственной Нефтяной Компанией Азербайджанской Республики (60% уставного капитала) и турецкой строительной компанией ТЕКФЕН (40 % уставного капитала).

Главной задачей является выполнение инженерных и строительных работ высокого качества для компаний, работающих в нефте-газовом секторе Каспийского региона, а также за рубежом. Благодаря опыту и инновационным технологиям, компания АЗФЕН добилась больших успехов в строительстве трубопроводов, морских платформ и терминалов для крупных нефтяных проектов. Помимо потенциала и опыта, АЗФЕН уделяет большое внимание охране здоровья и обеспечения безопасных условий работы.

В настоящее время компания АЗФЕН намерена расширить свою деятельность и в других регионах мира.

С.П. «АЗФЕН» является юридическим лицом, самостоятельным хозяйствующим субъектом, имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках, кредитных организациях, круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование и указание его место нахождения, штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также товарный знак и другие средства индивидуализации.

В пределах разрешенного действующим законодательством целями Общества является получение прибыли от своей деятельности.

Коллектив С.П. «АЗФЕН» представляет собой команду специалистов, имеющих практический опыт применения на практике передовых технологий строительства и ремонта.

Для решения поставленных задач, за счет собственных средств была приобретена новейшая специальная строительная и подъемная техника ведущих мировых производителей таких как: liebherr, JCB.

Являясь доверенным лицом директор на основе предоставленных ему прав обязан обеспечивать выполнение планов по производству и поставке продукции в установленной номенклатуре, ассортименте и высокого качества при наименьших затратах ресурсов; выполнение планов капитального строительства; внедрение в производство новой техники и технологии, улучшение организации производства и труда; снижение себестоимости продукции, повышение ее качества; выполнение обязательств перед государственным бюджетом.

Производственная структура предприятия представлена на следующей схеме (рис. 2.1).

Бухгалтерия ведет текущий бухгалтерский учет и отчетность, осуществляет контроль за расходованием средств, материальных ценностей и соблюдением финансовой дисциплины.

Бухгалтерия делится на материальный отдел, в функции которого входит учет материальных ресурсов на складе и их использование, и расчетный отдел, который ведет начисление заработной платы рабочих и служащих предприятия и расчеты с ними, а также несет ответственность за составление и сдачи отчетов.

Также на предприятии существуют производственные бригады, которыми руководит прораб. Они объединяются в столярный и строительный цеха. Расчеты между предприятиями проводятся в безналичной форме.

Основными клиентами строительной компании являются как частные лица, так и организации занимающиеся строительством.

Среднесписочная численность штатных сотрудников предприятия составляет 2000 человек. Среднемесячная заработная плата составляет 1500 ман. Заработная плата начисляется в соответствии со штатным расписанием.

Строительная организация укомплектована привлеченными высококвалифицированными специалистами.

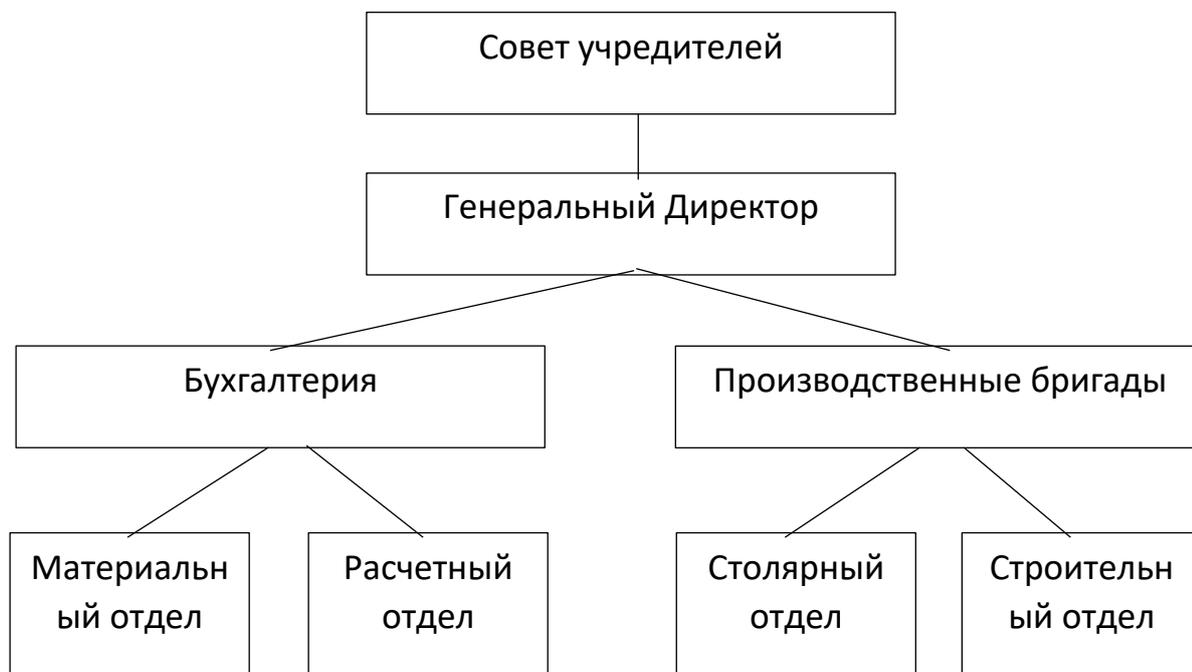


Рис. 2.1. Производственная структура предприятия

Специалисты строительной организации имеют большой опыт строительных работ.

Расходы на оплату труда, состоят из фонда основной заработной платы, фонда дополнительной заработной платы и других поощрительных и компенсационных выплат.

Оплата труда работникам не находящимся в штате предприятия, за выполнение работ, осуществляется согласно договорам гражданско-правового характера, включая договор подряда. Она определяется исходя из сметы на выполнение работ (услуг) по договору и платежных договоров.

Оплата труда за труд в выходные и праздничные (нерабочие) дни, в сверхурочное время осуществляется по расценкам, установленным законодательными актами.

Оплата ежегодных и дополнительных отпусков осуществляется в соответствии с законодательством.

Основными документами по поступлению материалов являются: товарно-транспортные накладные; приходные ордера; приемные акты; накладные и т.п.

Материалы, поступающие на склад (или непосредственно на объект строительства), проверяют на соответствие их качества, количества, ассортимента данным сопроводительных документов. Если не установлено расхождений, материалы принимаются.

В случае расхождения количества и качества материалов с данными сопроводительных документов поставщика, а также при поступлении материалов без сопроводительных документов, составляют акт приемки материалов. Акт служит основанием для оприходования фактически принятых материалов.

Материальные ценности, поступившие от поставщика автомобильным транспортом, оприходуются на склад на основании товарно-транспортной накладной (ТТН), полученной от грузоотправителя.

Материалы, поступающие на склад от собственных вспомогательных производств (излишне полученные и неиспользованные материалы, отходы и материалы от брака в производстве) оприходуют на склад посредством накладных. Отпуск хозяйствам и участкам материалов, потребность в которых возникает периодически, производится по акту требованию.

Требования объединяют в себе распорядительный и оправдательный документ.

Система ценообразования в строительстве базируется на нормативно-расчетных показателях и текущих ценах трудовых и материально-технических ресурсов.

Система ценообразования в строительстве содержит в себе: сметные нормативы; правила определения стоимости строительства и составления инвесторской сметной документации.

Сметные нормативы представляют собой комплекс сметных норм, которые объединены в отдельные сборники и служат для определения стоимости строительства.

Нормативными показателями являются ресурсные элементные сметные нормы. На основании этих норм и текущих цен на трудовые и материально-технические ресурсы определяются прямые затраты в стоимости строительства. Остальные

затраты, которые учитываются в стоимости строительства, определяются не по нормам, а расчетно. Виды таких затрат представлены в

табл. 2.1.

Средства, учитывающие экономически обоснованную прибыль и риск, определяются исходя из условий выполненных работ, сложности постройки, уровня трудовых затрат, экономических и финансовых условий, остроты рыночной конкуренции и других факторов.

Существуют некоторые особенности формирования договорных цен.

Договорная цена – это стоимость проданных работ, за которую подрядная организация, определенная исполнителем работ, согласна выполнить объект заказа.

Договорная цена входит в состав стоимости строительства и используется при проведении взаиморасчетов.

Предусмотрено, что договорные цены могут быть твердыми или динамичными.

Твердые договорные цены устанавливаются, как правило, для строительства продолжительностью до 1,5 года неизменными на весь объем строительства.

Таблица 2.1

Виды расчетно определяемых затрат

№ п/п	Виды затрат
1	Накладные расходы
2	Средства на возведение и разработку титульных временных зданий и сооружений или приспособление и использование существующих и вновь построенных зданий и сооружений стационарного типа
3	Дополнительные расходы при выполнении строительно-монтажных работ в зимний период
4	Другие расходы заказчика и подрядных строительно-монтажных организаций, связанные с осуществлением строительства
5	Расходы на содержание службы заказчика и авторский надзор
6	Расходы на подготовку эксплуатационных кадров
7	Расходы на проектные и изыскательные работы
8	Сметная прибыль
9	Средства на покрытие риска всех участников строительства
10	Средства на покрытие дополнительных расходов, связанных с инфляционными расходами

Динамичные договорные цены являются открытыми и могут уточняться в течение всего срока строительства, но не чаще одного раза в год.

Для осуществления строительства между заказчиком и подрядчиком заключается договор. Уже на стадии заключения договора возникает необходимость определения стоимости строящегося объекта. Это обусловлено следующими факторами.

В ходе строительства у застройщика изымаются значительные суммы оборотных средств для оплаты материалов, работ, услуг. Для того чтобы предприятие-застройщик, могло определить количество необходимых средств (оборотных, заемных и т.п.), ему следует планировать будущие расходы с учетом расходов на строительство. Планирование можно осуществить, зная стоимость объекта строительства.

Себестоимость строительно-монтажных работ (СМР) - это затраты строительной организации, непосредственно связанные с выполнением на свой риск и собственными силами СМР по заказу предприятий, учреждений, организаций.

Расходы, непосредственно связанные с выполнением данного контракта – это прямые материальные расходы, прямые расходы на оплату труда, другие прямые расходы, включая стоимость выполненных субподрядчиками работ;

Общепроизводственные расходы – расходы на управление, организацию и обслуживание строительного производства с распределением между объектами строительства пропорционально прямым расходам, объемам дохода, прямым расходам на оплату труда, отработанному строительными машинами и механизмами времени и т.п.

Отсюда следует, что одной из отличительных особенностей формирования расходов по строительному контракту является то, что общепроизводственные расходы не делятся на постоянные и переменные. И соответственно постоянные общепроизводственные расходы не подлежат распределению на постоянные распределенные и постоянные нераспределенные.

Вся сумма общепроизводственных расходов делится между строительными контрактами, выполняемой подрядной организацией.

Основной особенностью формирования расходов по строительному контракту является то, что в состав расходов не включаются расходы на содержание незадействованных строительных машин, механизмов и др. необоротных активов, не используемых при выполнении строительного контракта. Это подтверждает то, что общепроизводственные расходы по строительным контрактам не распределяются на постоянные и переменные. Ведь именно расходы на содержание (амортизация, охрана и т.п.) незадействованных строительных машин, механизмов и других необоротных активов, не используемых при выполнении строительного контракта, составляют основную часть постоянных расходов строительного предприятия.

В соответствии с Типовым положением, которое является основным документом, регламентирующим порядок формирования себестоимости строительно-монтажных работ, в производственную себестоимость работ включаются: прямые материальные затраты; прямые расходы на оплату труда; прочие прямые расходы; общепроизводственные расходы.

Перечень и состав статей калькулирования себестоимости работ устанавливается предприятием.

В настоящее время в производственную себестоимость работ не входят административные расходы (общехозяйственные расходы) и таким образом производственная себестоимость содержит исключительно производственные расходы и не содержит непроизводственных.

Непроизводственные расходы (расходы, связанные с организацией и управлением СМР и относящиеся к деятельности ее структурного подразделения – административные расходы) не включаются в себестоимость выполненных работ и относятся непосредственно на финансовый результат деятельности подрядной организации. Также не включаются в себестоимость выполненных работ расходы на сбыт и другие операционные расходы.

Расходы по операционной деятельности группируются по следующим экономическим элементам: материальные затраты; расходы на оплату труда; отчисления на социальные мероприятия; амортизация; прочие операционные расходы.

Учет затрат на выполнение СМР осуществляется по каждому объекту калькулирования, который определяется строительной организацией, исходя из ее технологического направления.

Фактические затраты ТМЦ на выполнение СМР по объектам учета отражаются на основании материальных отчетов, справки стоимости выполнения подрядных работ и расходах, акта приемки выполнения подрядных работ.

Организации, осуществляющие строительную деятельность, руководствуются при налогообложении действующим налоговым законодательством.

У предприятия имеются производственные корпуса, которые удовлетворяют условиям строительного процесса, существуют внутренние транспортные коммуникации.

Для предприятия это рынок строительно-монтажных работ. Рынок услуг строительно-монтажных работ является олигопольным рынком, с косвенным воздействием государства на спрос.

Основными покупателями продукции и работ С.П. «АЗФЕН» являются юридические лица, также различные по размерам организации. Многие из этих организаций являются постоянными клиентами предприятия.

В настоящее время работа С.П. «АЗФЕН» ориентирована на выделенные потребительские сегменты - это заказчики - юридические лица. Строительная организация поддерживает и расширяет установленные связи с основными поставщиками материалов, с целью выявления новых строительных материалов. Использует новые разработки в области строительства, производит обучение и переподготовку персонала.

2.1 Анализ финансовых показателей деятельности С.П. «АЗФЕН» за период 2016 - 2018 годов.

Финансовое состояние предприятия характеризует размещение и использование средств фирмы. Оно обусловлено степенью выполнения финансового

плана и мерой пополнения собственных средств за счет прибыли и других источников, а также скоростью оборота оборотных средств. Финансовый результат (прибыль или убыток) является самым главным показателем деятельности предприятия за отчетный период. Финансовый результат представляет собой прирост (или уменьшение) стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе ее предпринимательской деятельности за отчетный период.

Поскольку выполнение финансового плана в основном зависит от результатов деятельности предприятия, то финансовое состояние, определяемое всей совокупностью хозяйственных факторов, является наиболее обобщающими показателями.

Для оценки общих экономических тенденций рассмотрим технико-экономические показатели работы предприятия за 2016-2018 года и проведем их сравнительный анализ (табл. 2.2).

Таблица 2.2

Технико - экономические показатели деятельности С.П. «АЗФЕН»

Показатели	2016г.	2017г.	2018г.	Темп роста по годам (%)	
				2017г.	2018г.
1. Среднесписочная численность штатных работников, чел.	23000	20000	34000	-11,50	147,83
2. Среднегодовая стоимость ОФ, тыс.ман.	153020,0	130130,0	581020,1	-11,7	387,3
3. Выручка от реализации, тыс.ман .	2195605,6	4959110,6	1410913,9	225,9	64,22
4. Затраты на пр-во реализованной продукции, тыс.ман.	2401080,9	51125,0	18183,6	212,3	78,19
5. Прибыль от реализации продукции, тыс.ман.	-211113,3	-151150,4	-470113,7	72,8	222,08
6. Затраты на 1 ман. реализованной продукции, ман./ман.	1,097	1,03	1,34	93,89	122,15
7. Фондоотдача на 1 ман. ОФ, ман./ман.	1,46	3,72	0,24	254,76	-376,58
8. Фондовооруж-ть, тыс. ман./чел.	66,52	65,23	243,10	98,05	372,68

9.Производительность труда, , тыс. ман./ман.	95,4	247,98	41,47	260	-598,8
10.Рентабельность (валовая) реализованной продукции %,	-0,097	-0,03	-0,34	30,9	350,5

Судя по данным показателей табл. 2.2, среднесписочная численность штатных работников составляет в пределах от 20000 до 34000 человек и в 2017 г. по сравнению с 2016г. сократилась. В 2016 г. она составляла 23000 чел., а в 2017г. – 20000 чел. В 2018г. наблюдается рост – 3400 чел. За период 2017-2018г.г. темп роста составил 86,9 и 147,74 % соответственно.

При анализе основных показателей хозяйственной деятельности предприятия С.П. «АЗФЕН» за 2016 – 2018г.г. представленных в табл.

2.1. можно заметить, что если в 2017 г. финансовые показатели незначительно лучше, по сравнению с 2016 г., то их состояние в 2018 г. резко ухудшилось.

Среднегодовая стоимость основных фондов в 2016 г. составила 153020,0 тыс. ман. За период 2016 - 2017 г.г. наблюдалась динамика снижения этого показателя. В 2017 г. стоимость основных фондов сократилась на 22890 тыс. ман., соответственно темп роста составил -11,7%.

В 2018 г. среднегодовая стоимость основных фондов составляет 58,02 млн. ман., что в сравнении с базовым 2016 г. рост этого показателя превышает практически в 3,9 раза.

Выручка от реализации за 2016 г. составила 2195605,6 тыс. ман., в 2017 г. наблюдается рост прибыли и составил 4959110,6 тыс. ман. Темп роста составил 225,9% по сравнению с 2016 г. Это связано с увеличением объемов реализации продукции. В 2018 г. объем выручки от реализации сократился и составил 1410913,9 тыс. ман. Темп роста 64,22% по сравнению с 2016 г. Это связано со снижением объемов производства и реализации работ (услуг).

Затраты на производство реализованной продукции в 2016 г. составили 2401080,9 тыс. ман. В виду того, что в 2017 г. наблюдается рост выручки от реализации, возросли и затраты на производство реализованной продукции, они составили 51125 тыс. ман. Темп роста составил 212,3% .

В 2018 г. затраты составляют 18183,6 тыс. ман., темп роста в сравнении с 2016г. – 78,19%, что объясняется сокращением объемов производства и соответственно снижением затрат.

Убыток от реализации продукции в 2016 г. составлял 211113,3 тыс. ман., в 2017г. этот показатель снизился на 57,9 тыс. ман. и составил 151150,4тыс. ман. В 2018г. значение этого показателя составляет 473,7 тыс. ман., темп роста составил 222,08%.

Затраты на 1 ман. реализованной продукции составили в 2016 г. – 1,097 ман.; в 2017 г. – 1,03 ман., в 2018 г. – 1,34ман. В 2017 г. наблюдается незначительное снижение затрат на 0,067 ман., в 2018 г. очевиден рост на 0,243 ман.

Фондоотдача в 2016 г. составляла 146,37. По сравнению с 2016 г. значение этого показателя увеличилось в 2017 г. на 246,53; в 2018 г. - 24,27; темп роста составил 254,76% и 16,58%соответственно.

Фондовооруженность за 2017 и 2018 г.г. возросла на 0,013 и 1,71. В 2016 г. она составляла0,652.

Производительность труда в 2016 г. составила 95,4. В 2017 г. наблюдается значительное увеличение этого показателя. Он составил в 2016 г. - 247,98. Темп роста составил 260%. В 2018 г. производительность сократилась и составила 41,47; темп роста –43,47%.

На предприятии С.П. «АЗФЕН» валовая рентабельность реализованной продукции в 2016 г. составляла -0,097%. За период 2017-2018г.г. наблюдается снижение этого показателя (-0,03% и -0,34%), что свидетельствует о неэффективной производственной деятельности предприятия, а также неэффективной ценовой политике даннойфирмы.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия С.П. «АЗФЕН» за 2016– 2018 г.г., представлены в табл. 2.3.

В целом, рассматривая деятельность предприятия, очевидно, что предприятие убыточное, заметно сокращение собственного капитала в связи с увеличением убытков, заметны резкие изменения в отдельных статьях баланса, дебиторская

задолженность не находится в равновесии с размерами кредиторской, запасы и затраты превышают величину минимальных источников их формирования (собственных оборотных средств), также заметна не обеспеченность предприятия собственным и оборотным капиталом. Все это можно назвать признаками ухудшения финансовой деятельности предприятия.

На предприятии осуществляется ежедневный оперативный контроль за платежами и поступлением материальных ценностей, исполнением финансовых обязательств перед бюджетом, государственными целевыми фондами и банком.

Таблица 2.3

Результаты финансово – хозяйственной деятельности С.П. «АЗФЕН» (млн. ман.)

Показатели	2016г.	2017г.	2018г.	Темп роста по годам (%)	
				2017г.	2018г.
1. Непрямые налоги и другие отчисления с дохода	1926,3	4108,6	2376,2	213,3	123,36
2. Чистый доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	2195,6	4959,6	1409,9	225,9	64,21
3. Прочие операционные доходы	--	1,5	--	--	--
Всего чистые доходы:	2195,6	4961,1	1409,9	226	64,21
Расходы:	1656,3	3117,5	625,5	188,2	37,76
1. Материальные затраты					
2. Расходы на оплату труда	68,1	75,8	128,2	111,3	188,2
3. Отчисления на социальные мероприятия	28,8	29,4	49,3	102,1	171,18
5. Другие операционные расходы	220,2	508,4	167,7	230,9	76,2
6. Себестоимость реализованных товаров	435,5	1381,8	903,8	317,3	207,5
7. Налог на прибыль	--	--	--	--	--
Всего расходы:	2408,9	5115,0	1883,6	212,3	78,2
Финансовые результаты:					
1. Валовая прибыль (убыток)	-213,3	-155,4	-473,7	72,8	222,08

2. Чистая прибыль (убыток)	-213,3	-153,9	-473,7	72,1	222,08
----------------------------	--------	--------	--------	------	--------

Периодично проверяется дебиторская задолженность по данным бухгалтерского учета и отчетности.

Текущее финансовое планирование на С.П. «АЗФЕН» неведется, что в свою очередь негативно сказывается на деятельности анализируемого предприятия.

За период с 2016 – 2018 г.г. уровень денежных поступлений увеличился.

Если в 2016г. доходы составляли 2195,6 млн. ман., то в 2018 г. – 4961,1 тыс. ман. Темп роста по сравнению с 2016 г. составил 226%. В 2018 г. значение этого показателя составило 1409,9 тыс. ман. Темп роста составил 64,21%.

Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) в 2016 г.. составила - 4121,9 тыс. ман., в 2017 – 9068,2 тыс. ман. Темп роста - 220%.

Соответственно увеличились и не прямые отчисления с дохода (НДС и др), если в 2016 г. – 1926,3 тыс. ман., в 2017 г. – 4108,6 тыс. ман. Темп роста составил 213,3 тыс. ман. В 2018 г. доходы от основной операционной деятельности составили 3786,1 тыс. ман., по сравнению с 2016 г. (базовым годом) она сократилась на 335,8 тыс. ман. Непрямые налоги и другие отчисления с дохода за 2018 г. составили 2376,2 тыс.ман.

Чистый доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) в 2016 г. – 2195,6 тыс. ман., в 2017 тыс. ман., рост составил 225,9%.

В 2018 г. чистый доход составил 1409,9 тыс. ман., соответственно темп роста составил 64,21%. Это связано с сокращением доходов от операционной деятельности и увеличением отчислений с дохода.

Таким образом, только за 2017 г. наблюдается существенный рост доходов от производства и реализации продукции (товаров, работ, услуг).

Показатель расходов в 2016 г. составил 2408,9 тыс. ман. В 2017 г. сумма расходов увеличилась и составила 5115,0 тыс. ман. А за 2018 г. общая сумма расходов

составила лишь 1883,6 тыс. ман., в сравнении с 2016 г. темп роста составил 78,2%. Это связано со снижением объемов производства, реализации товаров, работ (услуг).

В 2017 г. увеличились материальные затраты, если в 2016 г. они составляли 1653,3 тыс. ман., в 2017 г. – 3117,5 тыс. ман. Темп роста составил 188,2%. В 2018 г. материальные затраты составили 625,5 тыс. ман., соответственно темп роста - 37,76%.

За период 2017-2018 г.г. возросла доля расходов на оплату труда. Если в 2017 г. расходы составляли 68,1 тыс. ман., в 2018 г. они составили 75,1 тыс. ман., в 2019 г. - 128,2 тыс. ман.

Темп роста составил 188,2 тыс. ман. Это связано с увеличением численности работающих на предприятии и увеличением оплаты труда работающему персоналу.

По сравнению с 2017 г., с 2018 по 2019 г.г. увеличились отчисления на социальные мероприятия с 28,8 тыс. ман., до 29,4 тыс. ман. и 49,3 тыс. ман. соответственно.

Другие операционные расходы в 2017 г. составляли 435,5 тыс. ман., в 2018 г. значение этого показателя увеличилась практически вдвое и составила 1381,8 тыс. ман. В 2019 г. операционные расходы сократились практически в 2,5 раза и составили 167,7 тыс.ман.

В 2018 г. на предприятии добавились такие элементы расходов как амортизация. В 2018 г. сумма данного показателя составила 2,1тыс. ман., к концу 2019 г. - 9,1 тыс. ман.

Таким образом, за период 2017-2019 г.г. увеличилась себестоимость реализованных товаров и в динамике она составила 435,5 / 1381,8 / 903,8 тыс. ман. соответственно.

В виду того, что предприятие не прибыльное, в период с 2017-2019 г.г. налог на прибыль не уплачивался.

Валовой убыток по сравнению с 2017 г., в 2019 г. незначительно сократился. Если в 2017 г. он составлял 213,3 тыс. ман., в 2018 г. - 155,4 тыс. ман. В 2019 г.

валовой убыток составил 473,7 тыс. ман., тем роста в сравнении с 2016 г. составил 222,08%.

Чистый убыток составил: в 2016 г. – 213,3 тыс. ман., 2017 г. – 153,9 тыс. руб., 2018 г. - 473,7 тыс. ман. Темп роста чистого убытка соответственно составил 72,1% и 222,08%.

Рассмотрим сводные показатели деятельности предприятия, в частности валовую прибыль (убыток), валюту баланса и общую рентабельность предприятия. Для этого представим их в форме табл. 2.4.

Таблица 2.4

Сводные показатели деятельности предприятия

Показатели	2016г.	2017г.	2018г.	Темп роста по годам (%)	
				2017г.	2018г.
1. Валовая прибыль (убыток) тыс. ман.	-213,3	-155,4	-473,7	72,8	222,08
2. Валюта баланса тыс. ман.	1191,1	640,8	1957,4	53,8	164,33
3. Общая рентабельность предприятия %, (п1/п2).	-17,9	-24,25	-24,20	135,5	135,2

Оценивая показатели, представленные в табл. 2.4, можно сделать выводы. Валовой убыток сократился на 57,9 тыс. ман. в 2017 г. Темп роста этого показателя в 2017 г. составил 72,8%. В 2018 г. валовой убыток составляет 473,7 тыс.ман.; темп роста составил 222,08%.

По валюте баланса в 2017 г. заметно снижение роста практически вдвое. Если в 2016 г. валюта баланса составляла 1191,1тыс. ман., то в 2017 г. – 640,8 тыс. ман. В 2018 г. валюта баланса возросла и составила 1957,4 тыс. ман. Темп роста составил 164,33%.

Общая рентабельность предприятия в 2016 г. составляла (-17,9%), в 2017г. - (24,25%), в 2018 г. –(-24,20%).

Для более детального анализа деятельности предприятия проведем общую оценку финансового состояния деятельности предприятия.

При рассмотрении активной части баланса можно сделать выводы, что за анализируемый период 2016-2018 г.г. доля необоротных активов в структуре баланса составляет в среднем 2,56 % от актива баланса.

Основные средства предприятия не велики и 2016 г. составляли 1,28 % от актива баланса - предприятие еще не обладало основными средствами. В 2017 г. основные средства составили 3,44 % к валюте баланса, а в 2018 г. составили 2,97%.

Темп роста за 2017 – 2018г.г. составил 144,74% и 382,24% соответственно.

В целом можно отметить положительный рост величины основных средств на предприятии что связано с расширением структурных подразделений предприятия, увеличением офисных и складских площадей и соответственно покупки мебели, оргтехники и пр. Это весьма характерная тенденция для молодого развивающегося предприятия.

Оборотные средства предприятия имеют довольно стабильный объем и составляют в среднем 97,44 % от актива баланса. Можно сказать, что оборотные средства строительной организации имеют тенденцию к росту, что указывает на стабильный оборот средств. Это в основном связано с резким увеличением производственных запасов (в 2017-2018 г.г. наблюдается рост этого показателя в объеме 107,0 и 225,2 тыс. ман.) и готовой продукции (2018г. – 10,12% в сумме 198,1 тыс.ман.).

Тем не менее, резкое увеличение запасов и готовой продукции свидетельствует о трудностях сбыта продукции и неритмичной работой предприятия. В 2018 г. наблюдается резкое снижение дебиторской задолженности за товары, работы, услуги (с 669,2 тыс. ман. до 326,3 тыс. ман.), а также существенный рост текущей дебиторской задолженности в объеме 1082,5 тыс. ман. – 55,3% от валюты баланса в 2018г.

Абсолютно ликвидная часть - денежные средства снизились за истекший 2018 год на 21,7 тыс.ман.. и составили 3,43% от общей суммы активов, что на 0,62%

меньше по сравнению с базисным 2016 годом. Хотя еще в 2017 г. сумма денежных средств в национальной валюте составила 88,9 тыс. ман., а удельный вес в структуре составил 13,87%.

В составе источников средств предприятия, собственный капитал высокими темпами продолжает снижаться, что связано с увеличением суммы убытков предприятия за анализируемые периоды.

Возросли текущие обязательства. Так по сравнению с 2016 г. темп роста в 2018 г. составил 200,43%, что связано с увеличением кредиторской задолженности за товары, работы и услуги. Если в 2016 г. она составляла 874,6 тыс. ман., уже в 2017 г. – 980,2 тыс. ман., а на конец отчетного периода (2018 г.) она составила 1323,12 тыс. ман. Темп роста составил 112,07% и 151,28% соответственно.

Текущие обязательства по оплате труда уверенно растут: если в 2016 г. они составляли 5,8 тыс. ман., в 2017г. – 6 тыс. ман., уже в 2018 г. – 11,1 тыс. ман., социальному страхованию также усилен рост данного показателя – 3,9 / 5,3 / 7,8 тыс. ман. соответственно. Текущие обязательства по расчетам с бюджетом снизились более чем в 37 раз и составили в 2018 году 0,4 млн. ман.

В целом валюта баланса колеблется. Если в 2016 г. она составляла 1191,1 тыс. ман., в 2017 г. – 640,8 тыс. ман., в 2018 г. – 1957,4 тыс. ман. Изменения составляют - 550,3 тыс. ман. и 766,3 тыс. ман. соответственно.

После составления сравнительного аналитического баланса и проведения необходимых расчетов можно получить ряд важных характеристик о финансово-имущественном состоянии предприятия. К таким показателям относятся стоимость имущества предприятия, стоимость необоротных активов, стоимость оборотных активов, а также коэффициент износа основных средств.

Представим показатели в форме табл. 2.5 и проанализируем имущественное состояние предприятия.

Таблица 2.5

Анализ имущественного состояния С.П. «АЗФЕН» (млн. ман.)

Наименование коэффициента	финансового значения	коэффициента	изменения
---------------------------	----------------------	--------------	-----------

	2016г	2017г	2018г	2017г	2018г
Сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятий	1191,1	640,8	1957,4	-550,3	766,3
Стоимость внеоборотных средств (активов)	1500,2	2200,0	5800,1	6,8	42,9
Стоимость оборотных активов	1175,9	618,8	1899,3	-557,1	723,4
Коэффициент износа основных средств	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2
Коэффициент годности основных средств	0,0	0,9	0,8	0,9	0,8

Из табл. 2.5 следует, что за 2018 г. сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятия увеличилась и составила 1957,4 тыс. ман., что является положительной тенденцией. Это может говорить о расширении предприятием хозяйственного оборота, что в целом является положительной характеристикой.

Возросла стоимость необоротных средств (активов), в 2018 г. значение этого показателя увеличилось и составило 5800,1 тыс. ман. в 2018 г. В свою очередь за период 2016 – 2018 г.г. необоротные активы предприятия в общей структуре активов составляют в среднем 2,6 % удельного веса, что говорит о «легкой» структуре активов. Это свидетельствует о мобильности имущества предприятия.

По сравнению с 2016 г., стоимость оборотных активов предприятия, в 2018 г. возросла на 723,4 тыс. ман. и составила 1899,3 тыс. ман.

Коэффициент износа в 2017 г. составлял 0,1; в 2018 г. – 0,2 соответственно. Он показывает, что в 2017 г. 1% от стоимости основных средств был списан на затраты, в 2018 г. он составил 2%.

Соответственно коэффициент годности составил 0,9% и 0,8%, то есть 9% в 2017 г., 8% - в 2018 г.

Таким образом, по сравнению с 2016 г., имущество рассматриваемого предприятия за отчетный период (2018 г.) увеличилось на 766,3 тыс. ман. Подобное увеличение произошло в основном за счет увеличения текущей дебиторской задолженности на 55,3 тыс. ман. Такие изменения являются положительными, если в составе дебиторской задолженности отсутствует просроченная, так как свидетельствует о расширении деятельности предприятия. Состояние основных средств удовлетворительное, так как коэффициент износа составляет лишь 2%, что

может говорить, что анализируемое предприятие только начинает свою деятельность.

Обобщая выше рассмотренные показатели можно сказать, что на предприятии за год произошёл рост имущественного потенциала предприятия. Чтобы говорить об эффективности данного потенциала, необходимо проанализировать данное предприятие на ликвидность и платёжеспособность и выяснить сможет ли предприятие погасить все свои краткосрочные обязательства без нарушений сроков погашения, и имеет ли предприятие достаточное количество денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения.

Проведем расчет и оценку по данным баланса финансовых коэффициентов ликвидности С.П. «АЗФЕН» за 2018 г.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активам, сгруппированных по степени ликвидности с краткосрочными обязательствами по пассиву, которые группируются по степени срочности их погашения [11, с.130].

Приведем в табл. 2.6 расчет групп активов и пассивов предприятия за отчетный 2018 год.

Таблица 2.6

Анализ ликвидности баланса за 2018 г. млн. ман.

актив	на начало года	на конец года	пассив	на начало года	на конец года	платежный излишек (+) или недостаток	
1. Наиболее ликвидные активы	88,9	67,2	1. Наиболее срочные обязательства	991,5	1342,4	- 902,6	-1275,2
2. Быстро реализуемые активы	412,7	160,6	2. Краткосрочные обязательства	0	1439,4	412,7	-1278,7
3. Медленно реализуемые активы	117,2	225,2	3. Долгосрочные пассивы	0	0	117,2	225,2

4. Трудно реализуемые активы	22	58,1	4.Постоянные пассивы	- 350,7	-824,4	372,7	882,5
Баланс	640,8	1957,4	Баланс	640,8	1957,4	0	0

Результаты расчетов показывают, что в этой организации сопоставление итогов групп по активу и пассиву имеет следующий вид:

- на начало года - (Л1 < П1; Л2 > П2; Л3 > П3; Л4 > П4);
- на конец года - (Л1 < П1; Л2 < П2; Л3 > П3; Л4 > П4).

Как видим как на конец, так и на начало года наблюдается недостаток наиболее активных активов для покрытия наиболее срочных обязательств. Этот недостаток составляет на начало года 902,6 тыс. ман., на конец года 1275,2 тыс. ман.

На конец года возрос недостаток быстро реализуемых активов (1278,7 тыс. ман.). В свою очередь трудно реализуемые активы превышают постоянные пассивы как на начало (372,7 тыс. ман.), так и на конец года (882,5 тыс. ман.).

Такая ситуация является угрожающей, для предприятия так как значения этих показателей продолжают возрастать.

Рассмотренные соотношения показателей показывают, что баланс не является абсолютно ликвидным.

Анализ, проводимый по предложенной схеме, является приближенным. Более детальным является анализ ликвидности с помощью финансовых коэффициентов. Кроме того, на практике такой подход к анализу ликвидности используется гораздо чаще [17, с.49].

Оценивая ликвидность, рассчитывают следующие коэффициенты. Коэффициент быстрой ликвидности = $\frac{\text{Оборотные активы} - \text{запасы} + \text{затраты будущих периодов}}{\text{текущие обязательства} + \text{доходы будущих периодов}}$ = $\frac{\text{стр 260 } \Phi 1 - (\text{стр 100 по 140 } \Phi 1) + 270 \Phi 1}{\text{стр 620} + 630 \Phi 1}$. Желательное значение коэффициента 1,0 – 1,5. В условиях Азербайджана является его значение 0,7-0,8 [16, с.124].

Коэффициент абсолютной ликвидности = Денежные средства и их эквиваленты / текущие обязательства + доходы будущих периодов = стр 230+240 Ф1 / стр 620+630 Ф1.

В международной практике считается, что значение его должно быть больше или равным 0,2 – 0,25.

Коэффициент текущей ликвидности = текущие активы / текущие пассивы = стр 260 Ф1 / стр 620 Ф1.

Согласно общепринятых стандартов, значение этого коэффициента должно находиться в пределах от 1 до 2. Критическое значение = 1.

Чистый оборотный капитал = Ф1 (стр 260- стр 620). Нормативное значение >0, увеличение.

Для анализируемого предприятия, расчет данных коэффициентов представим в табл. 2.7.

Как видно из приведенных расчетов, коэффициент быстрой ликвидности находился в норме только в 2016 г., за период 2017-2018 г.г. значение этого показателя снизилось и составило 0,51 и 0,53, что не удовлетворяет нормативному соотношению.

Таблица 2.7

Расчет коэффициентов ликвидности С.П. «АЗФЕН»

Показатель	2016г.	2017г.	2018г.	изменения		норма
				2017г.	2018г.	
Коэффициент быстрой ликвидности	0,84	0,51	0,53	-0,33	-0,3	0,7-0,8
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,03	0,09	0,27	+0,06	+0,24	0,2-0,25
Коэффициент текущей ликвидности	0,85	0,62	0,68	-0,23	-0,2	>1
Чистый оборотный капитал	-212	-373	-882,5	-161	-671	>0

Коэффициент абсолютной ликвидности (норма денежных резервов) находится в норме только в 2018 г. За период 2016-2017 г.г. ситуацию с низким значением коэффициента можно оценить как негативную с одной стороны, с другой – это может означать, что предприятие не держало свои денежные средства «замороженными».

Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия долгов) ниже нормы – это означает, что текущие обязательства предприятия превышают текущие активы. Это говорит о неэффективном функционировании предприятия.

Вместе с тем следует иметь в виду, что показатели ликвидности отображают только статичную картину финансовой стабильности предприятия и если ориентироваться только на них, то можно не заметить технической неплатежеспособности предприятия, являющейся основной причиной банкротства субъектов хозяйствования.

Проведем оценку предприятия на финансовую устойчивость. В первую очередь проанализируем структуру источников предприятия и оценим степень финансовой устойчивости финансового риска. С этой целью рассчитаем следующие показатели.

Коэффициент финансовой независимости (Коэффициент концентрации собственного капитала или коэффициент автономии)

Рассчитывается как: $\text{собственный капитал} / \text{валюта баланса} = 380 \text{ Ф1} / 640 \text{ Ф1}$. Чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчиво предприятие, критическое значение 0,5.

Коэффициент финансовой зависимости (концентрации заемного капитала) = $\text{заемный капитал} / \text{валюта баланса} = \text{стр } 640 \text{ Ф1} / \text{стр } 380 \text{ Ф1}$. Рост этого показателя в динамике означает увеличение части заемных средств в финансировании предприятия и потерю финансовой независимости. Если его значение приближается к единице, это означает, что собственники полностью финансируют свое предприятие.

Коэффициент финансового риска (финансового леввериджа) – определяет ту часть заемных средств в общей сумме средств, вложенных в предприятие = $\text{стр } 430+480+620+630 \text{ Ф1} / \text{стр } 380 \text{ Ф1}$. Нормативное значение $\leq 0,5$.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами: собственные оборотные средства / оборотные активы = $380-080\Phi 1 / 260+270 \Phi 1$. Норматив $\geq 0,1$.

Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными оборотными средствами – показывает насколько запасы и затраты покрыты собственными оборотными средствами или имеют потребность в привлечении заемных средств = собственные оборотные средства / запасы и затраты = $380- 080 \Phi 1 / \sum 100 \text{ по } 140 \Phi 1$. Норматив $0,6 -0,8$.

Коэффициент манёвренности собственного капитала – показывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, т. е. вложена в оборотные средства = собственные оборотные средства / собственный капитал = $\text{стр } 380-080 \Phi 1 / 380\Phi 1$. Норматив $> 0,5$.

Коэффициент структуры покрытия долгосрочных вложений – коэффициент показывает, какая часть основных средств и прочих вне оборотных активов профинансирована внешними инвесторами = Долгосрочные обязательства / необоротные активы = $480\Phi 1 / 080\Phi 1$.

Коэффициент долгосрочного привлечения заёмных средств. Чем выше показатель в динамике, тем сильнее предприятие зависит от внешних инвесторов = $480 \Phi 1 / 380+480 \Phi 1$. Норматив $\leq 0,4 - 0,5$. Увеличение этого показателя в динамике является негативной тенденцией и означает, что позиции долгосрочной перспективы предприятия все больше зависит от внешних инвесторов.

Коэффициент финансовой независимости капитализированных источников = $380\Phi 1 / 380+480 \Phi 1$. Норматив $\geq 0,5 - 0,6$.

Коэффициент обеспеченности по кредитам. Коэффициент показывает степень защищенности кредиторов от невыплаты процентных платежей = $170 \Phi 2 + 140 \Phi 2 / 140 \Phi 2$. Снижение значения коэффициента в динамике свидетельствует об увеличении расходов предприятия на выплату процентов за кредит [17, с. 143].

Расчет коэффициентов финансовой устойчивости для С.П. «АЗФЕН» представим в табл. 2.7.

Из рассмотренной выше таблицы следует, что часть собственного капитала продолжает тенденцию к снижению. Очень низок коэффициент финансовой автономии, а за рассмотренный период наметилась тенденция к его снижению.

Таблица 2.8

Расчет коэффициентов финансовой устойчивости С.П. «АЗФЕН»

за 2016- 2018г.г.

Наименование коэффициента	финансового значения коэффициента	2016г.			изменения		норма
		2016г.	2017г.	2018г.	2017г.	2018г.	
Коэффициент независимости (автономии)	финансовой	-0,16	-0,55	-0,42	-0,39	-0,26	>0,5
Коэффициент зависимости (концентрации заемного капитала)	финансовой	-6,05	-1,83	-2,37	4,22	3,68	-
Коэффициент финансового риска		-7,05	-2,83	-3,37	4,22	3,68	≤0,5
Коэффициент оборотных активов собственными оборотными средствами	обеспеченности	-0,18	-0,60	-0,46	-0,42	-0,28	≥ 0,1
Коэффициент запасов и затрат собственными средствами	обеспеченности	-21,20	-3,18	-2,08	18,02	19,12	0,6 - 0,8
Коэффициент собственного капитала	манёвренности	-1,08	-1,06	-1,07	-0,02	-0,01	>0,5
Коэффициент независимости капитализированных источников	финансовой	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	≥ 0,5 0,6

Показатель коэффициента финансовой зависимости определяет отрицательное значение, что говорит о отсутствии зависимости от внешних инвесторов в финансировании предприятия. Тем не менее, динамика показателя финансовой

автономии в данном случае является негативной тенденцией для анализируемого предприятия.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами и коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами имеют отрицательное значение, что говорит о потребности в привлечении заемных средств.

Предприятие отличается низким уровнем маневренности собственного капитала, что обусловлено долей собственных средств в структуре пассивов предприятия. Коэффициент финансовой независимости капитализированных источников на протяжении 2016 – 2018 г.г. составляет единицу, что также говорит об отсутствии зависимости от внешних инвесторов.

Согласно данным баланса проведем анализ абсолютных показателей финансовой стойкости предприятия на основе трехмерного показателя.

Степень устойчивости состояния предприятия условно разделяется на 4 типа (уровня), представленных в табл. 2.9.

Трехмерный показатель типа финансовой устойчивости С.П. «АЗФЕН» составляет:

- 2016 г. - $\{\Delta\text{СОС} = -222; \Delta\text{СОС}_{\text{до}} = -222; \Delta\text{СОС}_{\text{зз}} = -222\}$;
- 2017 г. - $\{\Delta\text{СОС} = -487,6; \Delta\text{СОС}_{\text{до}} = -487,6; \Delta\text{СОС}_{\text{зз}} = -487,6\}$;
- 2018 г. - $\{\Delta\text{СОС} = -1305,8; \Delta\text{СОС}_{\text{до}} = -1305,8; \Delta\text{СОС}_{\text{зз}} = -1305,8\}$.

При такой ситуации предприятие находится на грани банкротства, то есть имея займы не погашенные в срок, просроченную дебиторскую и кредиторскую задолженности, запасы и затраты не обеспечиваются источниками их формирования.

Определим уровень деловой активности анализируемого предприятия. В широком смысле деловая активность означает весь спектр усилий, направленных на продвижение строительной организации на рынках продукции, труда, капитала. В контексте анализа финансово-хозяйственной деятельности – понимается как текущая производственная и коммерческая деятельность.

Типы устойчивости состояния предприятия

Тип финансовой устойчивости	Условия	Трехкомпонентный показатель равен
Абсолютная финансовая устойчивость	отвечает следующим условиям: $\Phi C > 0$; $\Phi Д > 0$; $\Phi О > 0$	$S=(1; 1; 1)$
Нормальная финансовая устойчивость	гарантирует платежеспособность предприятия: $\Phi C < 0$; $\Phi Д > 0$; $\Phi О > 0$	
> 0	$S=(0; 1; 1)$	
Неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности предприятия	При данном типе финансовой ситуации сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств: $\Phi C < 0$; $\Phi Д < 0$; $\Phi О > 0$	$S=(0; 0; 1)$

Деловая активность предприятия проявляется в динамичности ее развития, достижения поставленных целей, эффективности потенциала, расширении рынков сбыта.

Оценка деловой активности С.П. «АЗФЕН» представлена в табл.2.10.

Таблица 2.10

Сводная таблица коэффициентов деловой активности С.П. «АЗФЕН»

Показатель	2017г.	2018г.	изменения
Коэффициент оборачиваемости активов	5,4	1,08	-4,32
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	9,5	4,05	-5,45
Длительность оборачиваемости дебиторской задолженности (за год в днях)	37,9	88,9	51
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	5,5	1,6	-3,9

Длительность оборачиваемости кредиторской задолженности	65,5	225	159,5
Коэффициент оборачиваемости материальных запасов	98,6	29,8	-68,8
Длительность оборачиваемости запасов (за год в днях)	3,65	12,1	8,45
Длительность операционного цикла (за год в днях)	13,15	101	87,85
Длительность оборачиваемости оборотного капитала (за год в днях)	7,65	14,55	6,9

Как следует из расчетов, в последнем периоде оборачиваемость дебиторской задолженности (то есть число оборотов за период) на предприятии уменьшается. Она составила 4,05 оборота. Судя по динамике - это отрицательная тенденция. Соответственно период оборачиваемости резко вырос и составил в 2018 году 88,9 дней.

Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности также снижается, в 2018 г. он составил 1,6 оборота. Соотношение данных коэффициентов за 2018 г. свидетельствует о том, что приток денежных средств от дебиторов более интенсивен, чем от кредиторов.

Кроме того, значительное превышение периода оборачиваемости дебиторской задолженности над периодом оборачиваемости запасов свидетельствует о том, что у предприятия существуют проблемы с реализацией продукции (товаров, работ, услуг).

Коэффициент оборачиваемости запасов за последний период сократился и составила 29,8 оборота. Соответственно длительность оборота увеличилась и составила 12 дней.

Возросла продолжительность операционного цикла (в днях). Если в 2017г. она составляла 13,15 дней, то в 2018 г. – 101 день. Судя по динамике увеличения

продолжительности операционного цикла это можно рассматривать как отрицательную тенденцию.

Положительное значение показателя длительности оборачиваемости оборотных средств свидетельствует о недостаточности у предприятия денежных средств. Важным показателем эффективной работы предприятия является рентабельность. Это относительные показатели, характеризующие эффективность использования сырья, производственных фондов, продажи, капитала.

Показатели рентабельности предприятия за 2016-2018 г.г. С.П. «АЗФЕН», представлены в табл. 2.11.

Как видно из расчетов, показатели рентабельности находятся на крайне низком уровне. Положительным является только их рост в динамике за 2018 г.

Таблица 2.11

Расчет показателей рентабельности «С.П. «АЗФЕН»

показатель, %	2016г.	2017г.	2018г.	изменения (+,-)	
				2017г.	2018г.
Рентабельность совокупного капитала	-17,9	-24,2	-24,2	-6,3	-6,3
Рентабельность собственного капитала	-108,4	-44,3	-57,5	64,1	50,9
Валовая рентабельность реализованной продукции	-9,7	-3,1	-33,6	6,6	-23,9
Операционная рентабельность реализованной продукции:	-9,7	-3,1	-33,6	6,6	-23,9
Чистая рентабельность реализованной продукции	-9,7	-3,1	-33,6	6,6	-23,9
Валовая рентабельность производства	-8,8	-3	-25,1	5,8	-16,3
Чистая рентабельность производства	-8,8	-3	-25,1	5,8	-16,3

Это свидетельствует, что предприятием получены убытки от своей хозяйственной деятельности.

Ради роста рентабельности предприятию придется пожертвовать своей финансовой независимостью, чтобы нормализовать свое финансовое состояние.

После составления очередного бухгалтерского баланса необходимо обязательно рассчитывать и анализировать количественные параметры финансового состояния предприятия.

В первую очередь это необходимо для выявления признаков ухудшения финансового состояния предприятия и принятия правильных управленческих решений о будущем предприятия.

В качестве основных причин ухудшения финансового состояния предприятия можно выделить следующие:

- 1) объективные причины, создающие условия хозяйствования:
 - несовершенство финансовой, денежной, кредитной, налоговой систем, нормативной и законодательной базы реформирования экономики;
- 2) субъективные причины, относящиеся непосредственно к хозяйствованию:
 - неумение предусмотреть банкротство и избежать его в будущем;
 - снижение объемов продаж из-за плохого изучения спроса, обслуживания, отсутствия рекламы;
 - неоправданно высокие затраты;
 - низкая рентабельность продаж;
 - большая сумма долгов.

Анализ и оценка структуры баланса проводятся на основе коэффициента ликвидности и коэффициента обеспеченности собственными средствами.

Коэффициенты текущей ликвидности за весь анализируемый период имеют следующие значения: коэффициент L_4 имел значение 23,77, на конец 2017 года 12,0, на конец 2018 года 6,3. Таким образом, имеет место отрицательная динамика показателей ликвидности предприятия. Сопоставление средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности с

обязательствами по срокам их погашения имеют следующие значения: на начало 2018 года $A1 > П1; A2 < П2; A3 > П3; A4 < П4$.

Наиболее ликвидные активы полностью покрывают кредиторскую задолженность. Платежный излишек +289,3.

По второму неравенству показатели отрицательные, так как на предприятии отсутствует дебиторская задолженность. Но вместе с тем за счет платежного излишка по наиболее срочным обязательствам предприятие в состоянии частично погасить задолженность участникам по выплате доходов за счет средств оставшихся после погашения кредиторской задолженности.

Так как долгосрочные обязательства у строительной организации отсутствуют, по третьему неравенству имеется платежный излишек в сумме 294,3 тыс. ман.

Таким образом, в перспективе предприятие способно рассчитаться по всем долговым обязательствам. Но так как группу медленно реализуемых активов составляют товарные запасы, их снижение может привести к сбоям в работе предприятия, поэтому погашение краткосрочных пассивов необходимо за счет прибыли предприятия.

Так в 2018 году было получено 1024,1 тыс. ман. прибыли, что позволило к концу 2018 года увеличить наиболее ликвидные активы на 427,6 тыс. ман., задолженность уменьшить на 35,5 тыс. ман. Всего платежный излишек по наиболее срочным обязательствам составил 752,2 тыс. ман., что позволило погасить задолженность участникам в сумме 323,2 тыс. ман.

Таким образом показатели ликвидности на конец 2018 года имеют следующие значения: $A1 > П1; A2 = П2; A3 > П3; A4 < П4$. Баланс считается абсолютно ликвидным.

На конец 2017 года показатели ликвидности также имеют абсолютное значение: $A1 > П1; A2 = П2; A3 > П3; A4 < П4$.

На конец 2018 года ситуация с ликвидностью снова ухудшилась. Показатели имеют следующие значения: $A1 > П1; A2 < П2; A3 > П3; A4 < П4$. По первому неравенству имеется платежный недостаток в размере 501,2 тыс. ман.,

что позволяет полностью возместить платежный недостаток по выплате доходов участникам в сумме 150 тыс.ман.

Остальные показатели, рассчитанные при анализе баланса предприятия характеризуют:

- финансовое положение предприятия как устойчивое;
- баланс предприятия как ликвидный.

Вместе с тем показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости имеют тенденцию к ухудшению.

Анализ «Отчета о прибылях и убытках» также выявил снижение объема продаж, увеличение себестоимости реализуемых товаров, что ведет к снижению валовой прибыли, а также рост коммерческих расходов. Рентабельность предприятия за три анализируемых года имеет отрицательную динамику по всем показателям, что может привести к увеличению кредиторской задолженности и уменьшению доли быстро реализуемых активов в балансе предприятия.

Допустим при значительном ухудшении финансово-экономической ситуации на предприятии показатели ликвидности будут иметь следующие значение:

$$A1 > П1; A2 < П2; A3 > П3; A4 < П4 \quad (6)$$

Из этого следует, что баланс предприятия нельзя считать ликвидным, так как платежный недостаток по кредиторской задолженности составляет 227,8 млн. ман.

Предприятие не способно рассчитаться по своим обязательствам в срок. За 2018 году увеличились товарные запасы, которые относятся к группе медленно реализуемых активов.

В связи с этим можно рекомендовать данному предприятию осуществление следующих мер по предупреждению ухудшения финансового состояния предприятия (табл. 2.12).

Таблица 2.12

Меры по предупреждению ухудшения финансового состояния предприятия
(млн. ман)

Актив	На конец периода	Пассив	На конец периода	Платежный излишек
Наиболее ликвидные активы (А1)	147,4	Наиболее срочные обязательства (П1)	375,2	-227,8
Быстро реализуемые Активы (А2)	-	Краткосрочные обязательства (П2)	100	-100
Медленно реализуемые активы (А3)	430,5	Долгосрочные пассивы (П3)	-	+430,5
Трудно реализуемые активы (А4)	743,8	Постоянные пассивы (П4)	1859,8	+1113

2.3. Оценка внешнеэкономической деятельности предприятия

Анализ внешнеэкономической деятельности строительной компании Азфен показал, что предприятие располагает квалифицированными специалистами, имеющими многолетний опыт в различных сферах строительства и управления строительными работами.

Основными видами деятельности компании являются:

- Выполнение строительно-монтажных работ;
- Подготовка строительной площадки;
- Возведение несущих и ограждающих конструкций зданий и сооружений;
- Работы по устройству наружных инженерных сетей и оборудования;
- Работы по защите конструкций и оборудования;
- Отделочные работы;
- Транспортное строительство;
- Осуществление функций генерального подрядчика, инжиниринг;
- Выполнение функций заказчика;
- Земляные работы, гражданское строительство;
- Выполнение научно-технических, проектно-изыскательских, конструкторских и монтажных работ;

- Выполнение проектных работ для зданий и сооружений;

Строительство всех видов дорог их оснований и поверхностей, мостов, строительно-монтажные и ремонтные работы зданий и сооружений и прочих объектов и др.

Наличие высококвалифицированных кадров, большого опыта в разных сферах строительства, а также применение современных технологий строительства позволяет компании быть конкурентноспособной не только во внутреннем рынке строительства, но и на строительном рынке других стран.

На протяжении последних лет менеджмент С.П. Азфен уделял определенное внимание развитию внешнеэкономических связей. Об этом, в частности свидетельствует их динамика.

С одной стороны, увеличивался импорт строительной техники и материалов, а с другой стороны, наращивались объемы строительства за рубежом. При этом стоимость импортных стройматериалов в общем объеме использованных в ходе строительства материалов возрасла с 10% в 2015 году до 33% в 2018 году и составила 1598,3 тыс. ман., а затраты на строительные машины и механизмы возросли соответственно 1730,2 тыс. ман. До 2605,7 тыс. ман.

Анализ показал, что указанное увеличение расходов на импортируемые строительные материалы, а также на транспортные средства, строительные машины и оборудование в основном было связано с оказанием строительных работ за рубежом, в первую очередь в Грузии и в Турции.

В тоже время следует отметить, что рентабельность строительных работ на территории других государств была существенно ниже чем в Азербайджане. Это, в первую очередь, связано со следующими факторами:

- во-первых, с недостатком опыта организации внешнеэкономической деятельности, особенно на ранних этапах исследуемого периода, что повлекло за собой в конечном итоге чрезмерно высокие накладные расходы;
- во-вторых, – с повышенной себестоимостью непосредственно строительных работ в других странах;

- а в третьих – с неготовностью (в полной мере) осуществлять строительство в условиях высокой конкуренции.

Что касается конкретных результатов строительства, если их оценивать в физических показателях то за анализируемый период на территории других государств были построены или находятся на стадии строительства следующие объекты:

- Цех по производству строительных металлоконструкций в Грузии в городе Кутаиси;
- Морской терминал в городе Поти для приема грузов.
- Часть газопровода «Баку-Тбилиси-Джейхан»;
- Часть железной дороги «Баку-Тбилиси-Карс» на территории Грузии и Турции;
- Нефтеперерабатывающий завод “STAR” в Турции;

Анализ внешнеэкономической деятельности строительной компании Азфен свидетельствует о необходимости усовершенствования управления её экспортно импортными операциями, а в первую очередь – оказанием строительных услуг в других странах.

РАЗДЕЛ 3 ОСНОВНЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СП АЗФЕН

3.1 Основные направления оптимизации внешнеэкономических операций предприятия

Осуществленный общий анализ внешнеэкономической деятельности С.П. Азфен показал, что предприятие, имея огромный производственно-технический потенциал, высококвалифицированные кадры, обладая достаточными финансовыми ресурсами и являясь крупнейшей строительной организацией в регионе, недостаточно представлено на строительном рынке других стран, в первую очередь сопредельных.

Дальнейшее усовершенствование его внешнеэкономических связей является при сложившихся обстоятельствах (из-за относительно узкого внутреннего рынка определённых видов строительных работ в Азербайджане) одним из важнейших условий дальнейшего развития и успешного функционирования С.П. Азфен в целом в текущем и в будущих периодах.

Решение указанной задачи предполагает, в первую очередь, определение основных направлений усовершенствования ВЭД предприятия.

На наш взгляд, основными направлениями совершенствования внешнеэкономической деятельности компании Азфен являются (рис 3,1):

- 1) разработка стратегии внешнеэкономической деятельности С.П. Азфен;
- 2) совершенствование структуры управления;
- 3) существенное увеличение объема строительных работ предприятия Азфен за рубежом, а также доли строительства в других странах в общем объеме строительства предприятия;
- 4) Увеличения удельного веса строительных работ в Грузии
- 5) Выход на рынок строительных работ в ОАЭ.
- 6) Увеличение экспорта строительных материалов в первую очередь в Российскую Федерацию.



Рисунок 3.1. Основные направления совершенствования внешнеэкономической деятельности компании Азфен

Важнейшим из них, на наш взгляд, является разработка стратегии внешнеэкономической деятельности на долгосрочную (10-15 лет) и среднесрочную (5-7 лет) перспективу.

Стратегия предприятия – это рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение конкретных намеченных компанией целей. Сущность выработки и реализации состоит в том, чтобы выбрать нужное направление развития из многочисленных альтернатив и направить производственно-хозяйственную деятельность по избранному пути.

Система стратегического управления, именуемая предусматривает:

- Выделение ресурсов под стратегические цели независимо от фактической структуры управления производственно-хозяйственной деятельностью;
- Создание центров руководства каждой стратегической целью;
- Оценку и стимулирование производственных подразделений и их руководителей по степени достижения стратегических целей.

Сегодня все более очевидным становится то, что основной особенностью систем управления строительным предприятием в условиях конкуренции является их ориентация на долгосрочную перспективу, т.е. управление проведением исследований, диверсификацией операций, инновационной деятельностью и максимальным использованием творческой активности персонала. Опыт развитых стран показывает, что эффективное решение всех перечисленных задач невозможно без стратегического управления.

С этой целью, на первом этапе, надо провести исследование внешней среды, т.е. конкурентов, поставщиков и потребителей строительных услуг С.П. Азфен. Далее, необходим анализ существующей позиции и возможностей самого предприятия, его технических, технологических, финансовых, сырьевых и прочих ресурсов. Третьим этапом является применение SWOT-анализа, который иначе называют еще матрицей первичного стратегического анализа. Это наиболее простой и доступный метод, позволяющий проинтегрировать различные аспекты внешней и внутренней среды и способный действительно оказать помощь в выборе оптимальной маркетинговой стратегии.

SWOT-анализ - это один из самых распространенных видов анализа в стратегическом управлении на сегодняшний день. SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны компании, а также потенциальные возможности и угрозы. Достигается это за счет сравнения внутренних сил и слабостей своей компании с возможностями, которые дает им рынок. Исходя из качества соответствия, делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес, и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам.

Анализ внешней среды компании показал, что строительство и строительноремонтные работы на территории региона расположенного в нескольких сопредельных государствах (Грузия, Турция, РФ, Иран) осуществляют не больше пяти компаний такого масштаба. В тоже время на этом рынке работают более 60 более мелких компаний, которые имеют определенную долю потенциального рынка строительных работ. При этом доля ни одной из компаний не превышает 10% совокупного регионального рынка.

По результатам анализа указанного рынка строительных услуг доминирующих компаний на рынке, не выявлено. Рынок строительных услуг в различных сегментах строительства конкурентный.

В ходе анализа рынка выявилась значительная разница в себестоимости строительства, представленного строительными компаниями.

Анализ внешней среды на макро уровне выявил оценки, характеризующие реальное состояние социальной, правовой, экономической, политической и технологической сфер в области строительства в указанном регионе.

Исходя из полученных данных видно, что наиболее положительное влияние на строительную деятельность сегодня оказывает социальная и политическая сферы, так же положительно влияет технологическая среда во всех странах, формирующих указанный регион.

Что касается экономической и юридической сфер, то здесь влияния на строительную деятельность в разных странах разные. В Грузии они носят стимулирующий характер, в Турции – преимущественно нейтральный. В Иране и РФ экономическая и юридическая сферы являются отрицательными, причем состояние правовой среды оценивается практически самой низкой оценкой, что выявляет очевидные проблемы для строительного бизнеса со стороны правовой защищенности.

Анализ внутренней среды предприятия Азфен (рис 3.2) свидетельствует, что предприятие обладает такими сильными сторонами как;

- мощный производственный потенциал,
- наличие высококвалифицированных кадров,

- большой опыт оказания строительных услуг в разных сферах строительства, использование современных технологий строительства.

К слабым сторонам предприятия следует отнести:

- нестабильное финансовое положение предприятия в последние годы.
- отсутствие большой практики в оказании строительных услуг в условиях конкуренции

Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятия открывает перед С.П. Азфен следующие новые возможности:

- Существенное увеличение объемов оказания строительных услуг за пределами Азербайджана; Повышение эффективности функционирования С.П. Азфен в целом.
- Обеспечение географической диверсификации деятельности предприятия.
- Повышение финансовой устойчивости предприятия на долгосрочную перспективу.

Возможными угрозами для С.П. Азфен в случае существенного расширения внешнеэкономической деятельности могут стать:

- более сильное негативное влияние мировых экономических кризисов на результаты финансово-хозяйственной деятельности.
- негативное влияние на функционирование предприятия возможный политической некоторых сопредельных государствах.
- возможные финансово-экономические потери, связанные с нестабильностью законодательства и недостаточной правовой защищенностью

Первоочередной задачей предприятия является расширение и последующее удержание сегментов существующих рынков.

Говоря об изменениях во внутренней среде предприятия, необходимо иметь в виду, что изменения должны идти параллельно на двух уровнях - на уровне руководства предприятия и на уровне руководителей среднего и низшего звена. На уровне руководства предприятия необходимо:

1) ввести в его состав руководителей служб, связанных с маркетингом и сбытом продукции, причем эти службы должны занять доминирующее место в организации предприятия;

2) резко усилить восприимчивость к новым способам управления, организации производства и сбыта продукции;

3) сформировать атмосферу творчества, поиска, инициативы.

На уровне руководителей среднего и низшего звена необходимо:

1) создать систему переподготовки кадров с ориентацией на рыночные методы управления (менеджерского типа);

2) сформулировать должностные инструкции с четким указанием их прав и обязанностей;

3) отработать систему ротации руководящих кадров, предусмотрев не только повышение в должности за инициативную работу, но и на понижение за безынициативную работу и некомпетентность;

4) сформулировать систему оперативного информирования руководителей среднего звена об изменениях в стратегии и тактике предприятия.

Необходимо также и изменение отношений с “внешней” средой. Службой маркетинга, другими исследовательскими службами предприятия должно быть организовано постоянное изучение общих тенденций развития своей и смежных отраслей народного хозяйства, поведения конкурентов, эффективности проводимой предприятием маркетинговой политики. Для этих целей могут использоваться услуги различных специализированных организаций, привлекаться сторонние специалисты-консультанты.

Немаловажным представляется также изучение и заимствование передового опыта работы других предприятий.

Необходимость выделения специального подразделения, призванного обеспечивать выполнение маркетинговых функций, диктуется тем, что невозможно стать на путь рыночной концепции управления, связать в единый процесс все элементы маркетинга без их тщательной координации и управления.

Создаваемая служба маркетинга призвана не только руководить всей деятельностью предприятия по продукции на внешнем рынке, но и нести ответственность за планирование производства, разработку стратегии и тактики, рекламы, политики цен.

Служба должна стать источником информации и рекомендаций для принятия решений по многим вопросам производственной, финансовой деятельности.

В общем виде, структура службы маркетинга в С.П. Азфен может рассматриваться как на рисунке 3.1.

Сходя из этой структуры, можно определить экономический эффект, который принесет отдел маркетинга для предприятия.

- Начальник отдела маркетинга
- Бюро рыночных исследований и планирования
- Бюро управления сбытом и сервисом

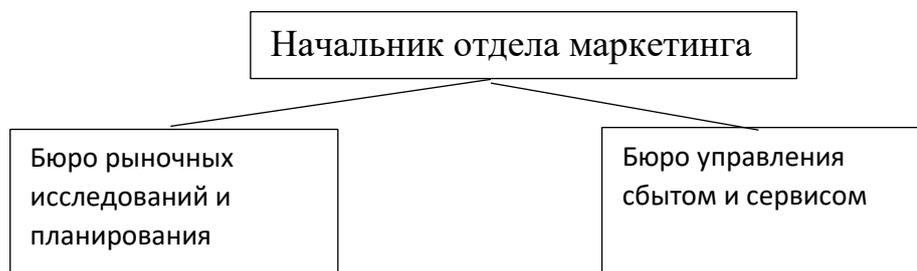


Рисунок 3.1. Организационная структура отдела маркетинга

Увеличение строительных работ за рубежом.

Выход на строительный рынок ОАЭ

Изучая экономику Объединенных Арабских Эмиратов ясно выстраивается картина – современного положения страны, которая за столь короткий период смогла сделать огромный отрыв из переходной к рыночной экономике. Страна стала не только добывающей, но и производящей, благодаря чему произошли такие глобальные изменения, затронувшие каждого жителя этой страны.

Благодаря нефтяному буму в ОАЭ построены шесть международных аэропортов, шестнадцать морских портов, сотни школ, больниц и гостиниц. В Дубае действуют шесть свободных экономических зон.

В настоящее время ОАЭ - одна из богатейших стран мира, по своему жизненному уровню вполне сопоставимы со странами Большой семерки.

Согласно прогнозам, сектора экономики, не связанные с нефтепродуктами прежде всего строительство, будут способствовать экономическому росту 2020 г. и обеспечат значительное увеличение вклада экономики за вычетом нефтепродуктов в ВВП.

Развитие бизнеса и туризма способствовало началу в эмиратах строительного бума. Миллиарды долларов вкладываются в показательные проекты, а символом таких городов, как Абу-Даби и космополитичный Дубай, стали шикарные гостиницы и небоскребы.

Важно отметить также, что мировой кризис способствовал урегулированию законодательства в области недвижимости. Следствие этого - рынок стал еще более прозрачным, а покупатели и их инвестиции стали еще более защищены.

Важным моментом, влияющим на перспективность строительных проектов ОАЭ, является отдаленность финансовых учреждений ОАЭ от бурь именно американского кризиса. Центральный банк ОАЭ официально подтверждает независимость и отсутствие жесткой привязанности банков страны к американской банковской системе.

Страна имеет достаточный объем финансовых резервов для поддержания строительной отрасли. Одни только золотовалютные резервы на начало 2019 года составляли свыше 80 млрд. долларов. Накопленный запас нефтедолларов в экономике страны также является надежной защитой от международных экономических катаклизмов.

3.2 Разработка модели оптимизации (усовершенствования) внешнеэкономических связей предприятия Азфен

Политика в области инновационной деятельности. Для строительства инновационная деятельность имеет сейчас особенное значение, так как многое

строительное оборудование уже устарело, необходимы более новые технологии и материалы. В отрасли появляются новые технологии, позволяющие строить объекты быстро, недорого и с гарантированным качеством. Например, технология «Быстромонтируемый полносборный каркас “Формат”», победившая в конкурсе строительных инноваций, дает возможность возводить промышленные сооружения за два-три месяца.

Появляются новые высокоэффективные строительные, теплоизоляционные и кровельные материалы, энергосберегающее стекло. Реализуются первые проекты промышленного строительства, в которых схема энергоснабжения промышленных объектов основана на принципе когенерации. Свежее дыхание современности ощущается в инженерном оснащении промышленных сооружений.

Однако зачастую на практике применение новых строительных технологий оказывается экономически неоправданным, а современное инженерное и технологическое оборудование — слишком дорогим в эксплуатации. К тому же новая техника подключается к проржавевшим системам коммуникаций.

Такое совмещение отживших и современных технологий порождает конфликт отдельных деталей всей системы. И это неизбежно, когда усовершенствования технологического цикла сводятся к обновлению стандартных технологических процессов: одно заменяется другим. Масштаб нововведений таков, что не позволяет рассчитывать на какой-либо внушительный экономический эффект, связанный с переходом к принципиально новым технологиям.

Анализ показывает, что инновационные порывы сдерживаются административными барьерами и нормативами. Например, во всем мире использование преднапряженного бетона позволяет застройщикам экономить конструктивную арматуру при возведении высотных зданий. Однако действующие в нашей стране строительные нормы заставляют закладывать такое количество конструктивной арматуры, что теряется вся экономия. Становится невыгодно внедрять новую технологию.

Из сказанного следует, что компании Азфен для реального и при этом существенного повышения эффективности ее деятельности инновационные

технологии следует внедрять, во-первых, комплексно, во-вторых их целесообразно использовать при оказании строительных услуг за рубежом, в первую очередь в таких странах как Турция, Грузия и Туркменистан.

3.3 Оценка эффективности осуществленных мероприятий

На приобретение материалов потребуется дополнительно к базовой сумме примерно 700 тыс.ман.

Часть данных вложений реально осуществить за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. Также возможно привлечение краткосрочного банковского кредита.

Данные мероприятия позволят увеличить размер чистой прибыли примерно на 100 %, что позволит рассчитаться по обязательствам в течении года и увеличить объем собственных средств.

После проведения вышеуказанных мероприятий финансовые показатели предприятия могут иметь следующие значения (табл. 3.13).

Таблица 2.13 Финансовые показатели предприятия после расширения перечня услуг (тыс. ман.)

Показатели	До введения мероприятий	После расширения перечня услуг	Отклонение
Выручка	10342,4	20700,0	+10357,6
Себестоимость услуг	8360,9	15923,0	+7562,1
Валовая прибыль	1981,5	4777,0	+2795,5
Коммерческие расходы	954,3	1904,3	+950
Прибыль от продаж	1027,2	2872,7	+1845,5
Налог на прибыль	8,2	16	+8,2
Чистая прибыль	1019	2856,3	+1837,3

Руководству строительной организации можно рекомендовать проведение следующих мероприятий:

1. На предприятии в данный момент времени имеется достаточно средств для дальнейшего расширения хозяйственной деятельности и соответственно получения дополнительных собственных средств за счет увеличения чистой прибыли;

2. Необходимо применять меры по снижению себестоимости реализуемых товаров. Этого можно достичь также открытием собственной торговой точки строительных материалов, так как при увеличении объема закупок поставщиками предоставляются дополнительные скидки к оптовым ценам;

3. Расширение перечня услуг позволит расширить ассортимент предлагаемых услуг и увеличить прибыль. За счет указанных мер также снизится себестоимость.

ВЫВОДЫ

В результате проведенного исследования сделаны выводы относительно возможностей дальнейшего усовершенствования внешнеэкономических связей С.П. Азфен.

В современных условиях предприятие – основное звено внешнеэкономической деятельности. Для эффективного управления внешнеэкономической деятельностью предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления. определяется прежде всего теми целями и задачами, которые она призвана решать.

Функциональные отделы и службы организационной структуры управления внешнеэкономической деятельностью предприятия можно условно разделить на три группы: группу отделов и служб, осуществляющих планирование; группу отделов, занимающихся непосредственно маркетингом; группу отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений:

- отдел развития – совершенствование организационной структуры предприятия;

- отдел кадров – вопросы подбора и расстановки кадров, ведение личных дел работников;

- административно-хозяйственный отдел – снабжение необходимыми для работы предприятия материалами и оборудованием, ответственность за эксплуатацию здания, другая хозяйственная работа;

- юридический отдел – помощь в составлении условий контрактов и соглашений, консультация по вопросам презентаций и рекламаций, разногласий, защита интересов предприятия в судах и арбитражах, правовое обеспечение;

На предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела (отдела внешнеэкономических связей) и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой строительной организации.

Внешнеэкономическая деятельность строительной организации включает такие основные направления: выход на внешний рынок; экспортно-импортные поставки товаров, услуги капитала; валютно-финансовые и кредитные операции; создание и участие в деятельности совместных предприятий; международный маркетинг; мониторинг национальной экономической политики.

Рыночная стратегия строительной организации предусматривает сопоставления всех альтернативных вариантов в сфере внешнеэкономической деятельности и обоснование оптимального решения.

Предприятие Азфен является крупнейшей строительной компанией Азербайджана. Среднесписочная численность штатных работников по исследуемым годам составляет 7-10 тыс. человек, а число привлеченных работников достигает 15-22 тыс. тыс. человек. Штатные работники получают фиксированную заработную плату, а у привлеченных сдельно-премиальная система оплаты труда;

Выручка от реализации услуг варьирует от 2195,6 млн. ман. в 2016 году, до 4959,6 млн. ман в 2018 г. Соответственно этому складывается среднегодовая стоимость основных фондов.

Затраты на производство реализованной продукции по исследуемым годам различны: наибольшей оказалась в 2017 г. и составили 5115 млн. ман. и наименьшие в 2018 г. - 1883,6 млн. ман., что объясняется сокращением объемов производства и соответственно снижением затрат.

Показатели рентабельности предприятия находятся на крайне низком уровне. Предприятие в исследуемый период было убыточным. Так, валовая рентабельность реализованной продукции в 2016 г. составляла -0,097% с дальнейшим снижением в 2017-2018г.г. до -0,3% и -0,34%, что свидетельствует о неэффективной производственной деятельности предприятия.

В то же время анализ деятельности С.П. Азфен показывает, что на предприятии в данный момент времени имеется достаточно ресурсов для эффективного функционирования путем дальнейшего расширения хозяйственной деятельности и соответственно получения дополнительных собственных средств за счет увеличения чистой прибыли. Это может быть успешно реализовано, в первую очередь, путем

разработки и реализации программы усовершенствования его внешнеэкономической деятельности.

Основными направлениями совершенствования внешнеэкономической деятельности компании Азфен являются:

- 1) разработка стратегии внешнеэкономической деятельности С.П. Азфен;
- 2) совершенствование структуры управления внешнеэкономической деятельности предприятия;
- 3) существенное увеличение объема строительных работ предприятия Азфен за рубежом, а также доли строительства в других странах в общем объеме строительства предприятия;
- 4) увеличения удельного веса строительных работ в Грузии
- 5) выход на рынок строительных работ в ОАЭ.
- 6) увилечение экспорта строительных материалов в первую очередь в Российскую Федерацию.

Реализация указанной программы требует разработки модели оптимизации внешнеэкономических связей компании, на основе которой представляется целесообразным реализовать комплекс мер по снижению себестоимости реализуемых товаров и строительных работ за счет повышения квалификации работников компании, технической модернизации производства и выполнения строительных работ, более широкого внедрения инноваций во всей сферы деятельности компании, включая применение новейших строительных технологий, повышения производительности труда.

Проведенные расчеты показывают, что реализация программы совершенствования внешнеэкономической деятельности компании позволит в первые два года добиться положительной рентабельности С.П. Азфен, а в среднесрочном периоде (ближайшие 3-4 года) выйти на высокий уровень рентабельности. При этом расчетная дополнительная прибыль от предложенных мероприятий может составлять несколько десятков миллионов манатов в год.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов С.И., Дурновцева Е.М., Чулкова Ю.В. Расчет показателей при оценке эффективности инвестиционного проекта // Экономика строительства. – 2018. - № 12. – С. 58-61.
2. Azərbaycan Respublikasında xarici iqtisadi fəaliyyətin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi haqqında qanun - 1998
3. Бахрамов Т.Г., Глухов Н.В. Организация внешнеэкономической деятельности: Особенности менеджмента: Учеб. пособие. СПб.: Лань, 2010. 444 с.
4. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ GÖMRÜK MƏCƏLLƏSİ 2018
5. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. – Киев: Ника-Центр, Эльга, 2016. - 496 с.
6. Богомолова О.Т. Анатомия глобальной экономики: Учебное пособие. М.: Академкнига, 2003. 222 с.
7. Бородина А.Н. Финансы предприятий: Учебное пособие для вузов. М.: Центр экономики, 312 с.
8. Бровкова Е.Г., Продиус И.П. Внешнеэкономическая деятельность. М.: МТ-Пресс, 186 с.
9. Бородина Е.И. Финансовый анализ в системе менеджмента организации / Е. И. Бородина // Экономический анализ: теория и практика. - 2018. - № 22. - С. 43-47.
10. Бука Л.Ф., Зайцева О.П., Экономический анализ. – Новосибирск: СибУПК, 2015. – 140 с.
11. Вабищевич С.С. Внешнеэкономическая деятельность в РБ: правовые перспективы: монография. Мн.: Молодежное научное общество, 2005. 232 с.

12. Грузинов В.П., Масимов К.К., Н.Д. Эрнашвили. Экономика предприятия: учеб. для вузов / под редакцией проф. В.Я. Грузинова. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 2018. – 535 с.
13. Гумба Х.М. Экономика строительных организаций. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2018. – 144 с.
14. Зарубин Л.Н. Инженерно-экономическая подготовка строительства. - М.: Стройиздат, 2017. – 151 с.
15. Иванкова И.А. Сравнительная оценка официальных методик финансового состояния / И.А. Иванкова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). - 2018. - № 21. - С. 53-59.
16. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: учеб. для вузов. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2016. – 413 с.
17. Коваленко Н.П. Управление финансами предприятий в современных условиях / Н. П. Коваленко // Социально-экономические явления и процессы. - 2016. - № 2. - С. 41-49.
18. Комаров И.П. Новая инвестиционная политика в строительстве. - М.: Мысль, 2017. – 255 с.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Ростинтэр, 2018. – 704 с.
20. Крейнина М.Н. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и принятие решений // Финансовый менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 165-169
21. Любушкин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 471 с.
22. Мелкумов Я.С. Организация и финансирование инвестиций: учеб. пособие.– М.: ИНФРА-М, 2016. – 248 с.
23. Сергеев И.В. Экономика предприятия: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 304 с.

- 24.Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Организация и финансирование инвестиций: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 272 с.
- 25.Тюрина В.Ю. Сравнение отечественных методик проведения финансового анализа организации / В. Ю. Тюрина, Э. Р. Альмухаметова // Молодой ученый. - 2017. - №11. - С. 48-51.
- 26.Чернов В.А. Финансовая политика организации. Под ред. проф. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 247 с.
- 27.Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 208 с.
- 28.Щиборщ К.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий России / К.В. Щиборщ. – М.: Дело и Сервис, 2011. - 320 с.
- 29.Экономика предприятия: учеб. / под ред. проф. Н.А. Сафронова. - М.: Юристъ, 2017. – 584 с.
- 30.Экономика предприятия: учеб. / под ред. проф. О.И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2017. - 416 с.
- 31.Экономика предприятия: учеб. для вузов/В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др./ под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Е.М. Купрякова. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 2016. – 317 с.
- 32.Экономика строительства: учеб. / под ред. Б.Я. Ионас, Г.Н. Старостина. - М.: Стройиздат, 2018. – 287 с.
- 33.Международное регулирование внешнеэкономической деятельности: Учеб. /Д.П.Алесандров, А.В.Бобков, С.А.Васьковский и др.,? Под общ. ред. В.С.Каменькова. Мн.?Дикта, 2005. 800 с.
- 34.Eurochambers Economic Survey 2007 // Commerce International. 2007. January-February. P. 150-158
- 35.Сушкевич А.Н. Учет внешнеэкономической деятельности. Мн.: Реакция журнала «Финансы, учет, аудит», 2005. 291с.

36. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005.
37. Любушин Н.П., Бабичева Н.Э. Анализ методик по оценке финансового состояния организации. //Экономический анализ: теория и практика. 2006. №22 .
38. Негашев Е.В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка. – М., 2007
39. Рубцов И.В. Финансы организации (предприятия). Учебное пособие. – М.: ООО Издательство «Элит», 2006. – 448 с.
40. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4 е изд., переработ. И доп. – Минск: ООО «Новое издание», 2008.-512 с.
41. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 2008 – 366 с.
42. Покровская В.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Экономистъ . – 2009. – 672 с.
43. Ростовский Ю.М., Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Экономистъ. – 2006. – 589 с.
44. Сберегаев Н.А. Основы внешнеэкономической деятельности предприятий. М.: Высшее образование. – 2007. – 350 с.
45. Яковлева Е.В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие / Е.В. Яковлева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – 90с.
46. Гордеев Г.Д., Иванова Л.Я., Казанцев С.К. и др.; Под ред. Сторовского Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы: Учеб. для вузов / - М.: Закон и право: ЮНИТИ, 2006. - 345с.
47. Касьянова Г.Ю. Экспорт и импорт. М.: ИД Аргумент. – 2008. – 400с.
48. Покровская В.В. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Экономистъ . – 2009. – 672 с.

49. Ростовский Ю.М., Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Экономистъ. – 2006. – 589 с.
50. Сберегаев Н.А. Основы внешнеэкономической деятельности предприятий. М.: Высшее образование. – 2007. – 350 с.
51. Яковлева Е.В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие / Е.В. Яковлева. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. – 90 с.
52. Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА / Междунар. ин-т унификации частного права (УНИДРУА); пер. с англ. и вступ. ст. А. С. Комарова. – М.: Статут, 2006. – 681, [1] с.
53. Соглашение «Об общих условиях поставок товаров между организациями государств-участников Содружества Независимых Государств» от 20.03.1992 г. // Бюллетень международных договоров. – 1993. – N 4
54. Конвенция УНИДРУА «О международном финансовом лизинге» от 28.05.1988 г. (Оттава). // – 1999. – 09 августа. – N 32. – ст. 4040
55. Конвенция ООН «О договорах международной купли-продажи товаров» от 11.04.1980 г. (Вена). – 1994. – N 1
56. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов / Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, Е.А. Паршина и др.; Под ред. проф. Л.Е. Стровского. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 755 с.
57. Дегтярева О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб. пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2004 – 405 с.
58. Диденко Н.И. Основы внешнеэкономической деятельности 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 518 с.
59. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А. Алексунина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 756 с.
60. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый Словарь Русского Языка. – СПб.: Регата, Издательский Дом «Литера», 2003. – 380 с.

61. Покровская В.В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 2002. – 445с.
62. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ.: Учеб. пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 525с.
63. Плотников А.Ю. Базисные условия поставки международных контрактов Инкотермс-2000. Официальный текст, комментарии/ А.Ю. Плотников. – М.: ЗАО «Издательство “Экономика”», 2002. – 530с.
64. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2005. – 380с.
65. Ростовский Ю.М., Гречков В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник/ Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. – 2-е изд., с изм. – М.: Экономистъ, 2005. – 290с.
66. Смолкин А.М. Менеджмент: основы организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 538 с.
67. Титова В.А., Цой М.Е., Мамонова Е.В. Управление маркетингом: Учеб. пособие. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2005. – 545 с.
68. Бабань Ю.А. Совершенствование бизнес-процессов в современной философии управления // Финансовый бизнес. – 2002. – № 6. – 55с.
69. Оболенский В.П., Асланова Т.О. Внешнеэкономические проблемы повышения конкурентоспособности российского производства // Проблемы прогнозирования. – 2007. – №5. – с. 88 – 99
70. Подольник А.П. Стратегия и тактика управления фирмой. Санкт-Петербург. – 2010. – 409 с.
71. Попов С. Внешнеэкономическая деятельность фирмы. Москва. – 2009. – 397 с.
72. Попова Т.Н. внешнеэкономическая деятельность. – Владивосток, 2008

73. Потапов М., Салицкий А. КНР. Опыт стран – членов ВТО по защите национальных интересов на внутреннем и внешнем рынках / Мировая экономика и международные отношения, №8, 2009 – 128 с.
74. Прокушев Е.В. Внешнеэкономическая деятельность. Учебное пособие. Инфра – М.: Москва 2009. – 397 с.
75. Проф. Поляков В.В. и проф. Щенин. Р.К. Мировая экономика и международный бизнес: Учебник/ М.: КноРус, 2007. – 656 с.
76. Рубинская Э.Т. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия. Издательство: Приор, 2008. – 246 с.
77. Рудый К.В. Финансы внешнеэкономической деятельности. – М: Высшая школа, 2008. – 9 с.
78. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник для вузов /, 5-е изд. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2009. – 429 с.
79. Семищев А.С. Микроэкономика – М., Санкт Петербург: Питер 2008 – 448 с.
80. Сергеев И.В Экономика предприятия – М.: Финансы и статистика, 2009 – 335 с.
81. Симоний Н.А. Энциклопедия стран мира/ – М.: Экономика, 2008. -1319 с.
82. Соколенко С.И. Глобальные рынки XXI столетия: Перспективы Украины. – Киев: Логос, 2008 – 189 с.
83. Современные проблемы мировой экономики: механизм движения: Сб. науч. тр. / Под ред. А.В. Мещерова. – Самара: ОАО «СВМБ», 2007 – 523 с.
84. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2008 – 253 с.
85. Стровский Л.Е. Внешний рынок и предприятие. – М.: Финансы и статистика, 2008 – 310 с.
86. Суша Г.З. Экономика предприятия. Учебное пособие. Москва-2009 – 334 с.
87. Томилов В.В., Крупанин А.А., Хакунов Т.Д. Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства. – М., 2008 – 155 с.

88. Трошкина Т.Н. Современный механизм государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации / Консультант, №12, 2009 – 55–59 с.
89. Хамицаева А. Состояние и перспективы промышленности Китая / Промышленность, №5, 2010 – 146 с.
90. Хоскинг А. Курс предпринимательства. – М.: Международные отношения, 2006 – 82 с.
91. Чечевицина Л.Н., «Микроэкономика», издательство «Феникс», 2007 101 с.
92. Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятий. – М.: Экономика, 2008 – 210 с.

Интернет Ресурсы:

93. Наплёкова Т.К. Критерии оценки эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. 2005. Режим доступа:
<http://www.pomosch.com/ved/article.php?sectionId=27&articleId=89>
94. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. Режим доступа: http://smartcat.ru/Terms/term_59461010.shtml
95. Бабченко Т.Н. Бухгалтерский учет внешнеэкономической деятельности. – М.: Главбух, 2007.
96. Балабанов, И.Т. Внешнеэкономические связи: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – 2. изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 540 с.
97. Барковский, А.Н. Внешнеэкономическая политика в глобальном экономическом пространстве / А.Н.Барковский, В.П.Оболенский // Россия и современный мир. – 2007. – N 3. – С.23-39.
98. Бочаров В.В. Финансовый анализ. СПб.: Питер, 2003. 240с.

99. Бровкова Е.Г., Продиус И.П. Внешнеэкономическая деятельность: - М.: МТ – Пресс, 2004 300с.
100. Бурмистров, В.Н. Актуальные проблемы международной торговли: Курс лекций для студентов вузов, обучающихся по специальности 351300 – Коммерция (торг. дело) / В.Н. Бурмистров ; Ин-т междунар. экон. связей. – М.: Весть, 2007. – 274 с.
101. Бушмарин И.В. Рынок труда в современной экономике. // Общество и экономика. 2007, №1.-47с.
102. Вардуть Н. Экспорт капитала в руках импортеров. – Коммерсант №4, 2006.-12с.
103. Васин, А.С. Выбор валюты для обслуживания экспортно-импортных операций / А. С. Васин, А. А. Федосеев // Финансы и кредит. – 2005. -№2
104. Внешнеэкономическая деятельность предприятий /Под. ред. Е.Г. Ищенко. – Новосибирск, 2005.
105. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы. Учебник для вузов / Г.Д. Гордеев, Л.Я. Иванова, С.К. Казанцев и др. Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2006.-456с.
106. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для вузов. Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, Е.А. Паршина и др., Под ред. проф. Л.Е. Стровского. – М., ЮНИТИ, 2003. 280с.
107. Внешнеэкономический бизнес: справочник /Под. ред. И.П. Фаминского. – М.: Республика, 2007.
108. Внешнеэкономический комплекс – проблемы и перспективы (На ученом совете ИМЭМО) //МЭиМО. - №5. – 2006. – С. 31-43.
109. Жилиев, К.В. Основные тенденции развития международной торговли в 90-е годы / К.В. Жилиев // Пробл. прогнозирования. – 2006. – N 6. – С.139-152.

110. Зыкин И.С. Договор во внешнеэкономической деятельности. – М.: Международные отношения, 2006.
111. Кормнов Ю. Международная кооперация: оценка эффективности / Ю. Кормнов // Экономист. – 2005. – N 10. – С.24-30.
112. Крылов А. Новые перспективы на международной арене / А. Крылов. // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2006. – N 7. – С.91-96.
113. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для вузов/Под ред. проф. Н.П.Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. –С. 234 – 235
114. Львов Д.С. Механизм стабильного экономического роста / Д.С. Львов, В.Ф. Пугачев // Экономическая наука. – 2004. - №4. – С. 52-58.
115. Матвеева, О.П. Организация и технология внешнеторговых операций: Учеб. пособие / О.П. Матвеева; Информ. – внедрен. центр «Маркетинг». – М.: Маркетинг, 2007. – 159 с.
116. Международная торговля валютой: Межбанковские операции на рынках развитых стран, виды сделок, курсы, методы расчетов /Под. ред. А.Ф. Голубовича. – М: АРГО, 2005.
117. Международные экономические отношения.: Учебник/ под общ. ред. В.Е. Рывалкина. – М.: Журнал «Внешнеэкономический бюллетень», Дипломатическая Академия при МИД РФ, 2007. – 384 с.
118. Морозко Н.И. Механизм регулирования внешнеэкономической деятельности – М.: Олимп-Бизнес. 2000. – 427 С.
119. Носкова И.Я. Международные валютно-кредитные отношения: Учебн. пособие. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005.
120. Основы внешнеэкономических знаний: Учебник /Под. ред. И.П. Фаминского. 2-е изд. – М.: Международные отношения, 1994.