

Проект
На правах рукописи

ОРЛОВ ДМИТРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

**УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ПРОМЫШЛЕННОЙ И
ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ (НА
ПРИМЕРЕ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА)**

Специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплек-
сами: промышленность)

Автореферат диссертации на соискание
ученой степени кандидата экономических наук

Москва, 2012

Диссертационная работа выполнена в Федеральном государственном
унитарном предприятии Государственный Научный Центр «Центральный
научно-исследовательский институт чёрной металлургии им. И.П. Бардина»,
Институт экономики

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор
Штанский Владимир Александрович

Официальные оппоненты:
доктор экономических наук, профессор Цыгалов Ю.М.
кандидат экономических наук, профессор Ильичёв И.П.

Ведущая (оппонирующая) организация: ФГБОУ ВПО «Южно-уральский го-
сударственный университет»

Защита состоится «16 » февраля 2012 года, в 15.00 часов, на заседании дис-
сертационного совета ДМ 212.132.01 при Федеральном государственном ав-
тономном образовательном учреждении высшего профессионального обра-
зования «Национальный исследовательский технологический университет»
«МИСиС» по адресу: 119049, г. Москва, ГСП-1, Ленинский проспект, д. 4,
ауд. Б-1138.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Федерального го-
сударственного автономного образовательного учреждения высшего профес-
сионального образования «Национальный исследовательский технологиче-
ский университет «МИСиС», с авторефератом на официальном сайте
ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский технологический универ-
ситет «МИСиС» <http://www.misis.ru>

Автореферат разослан « » января 2012 г.
Справки по телефону 955-00-47

Учёный секретарь Диссертационного совета,
кандидат экономических наук, профессор

Михин В.Ф.

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования определяется тем, что в условиях рыночной экономики промышленная и торговая политика промышленных, в том числе металлургических предприятий, при существенных различиях по факторам их формирования, органически взаимосвязаны.

Результаты промышленной деятельности металлургических предприятий по созданию и использованию производственного потенциала реализуются и фиксируются на рынках металлопродукции - внутренних и внешних. Но ситуация на рынках металлопродукции формируется под влиянием ряда иных факторов и условий, чем промышленное производство.

В промышленной политике, проводившейся в период рыночных преобразований в российской экономике, не в полной мере учитывались возможные изменения на рынках металлопродукции.

Но именно обвал продаж и, прежде всего, на внутреннем рынке в период финансово-экономического кризиса: 2008 – 2009 гг., обусловил значительное сокращение объемов производства, доходов от реализации и свёртывание инвестиционных программ.

В результате образовался большой разрыв между созданным за годы благоприятной экономической конъюнктуры (2003 – 1-я половина 2008 года) крупным производственно-экономическим потенциалом российских металлургических предприятий и ограниченными возможностями отечественных потребителей использовать этот потенциал.

В экономической литературе проблемы эффективности промышленной и торговой политики рассматриваются, как правило, отдельно. Проблемы взаимной связи и зависимости промышленной и торговой политики, особенно применительно к условиям российской экономики, формирующейся под всё усиливающимся влиянием глобализации мировой экономики, не получили достаточного развития.

Поэтому весьма актуально обоснование принципов формирования промышленной политики во взаимодействии с торговой политикой металлургических компаний и методов их реализации, которые бы в комплексе обеспечивали последовательный рост продаж и повышение их эффективности.

Актуальность проблематики, исследованной в работе, определяется в значительной степени и тем, что устойчивое развитие металлургического комплекса на основе эффективного взаимодействия промышленной и торговой политики имеет важнейшее значение для обеспечения экономической безопасности страны, учитывая значение металлургического комплекса как поставщика более 90% конструкционных материалов для промышленности и строительства.

Главной целью выполненного исследования является выработка методов взаимодействия и взаимосвязи промышленной и торговой политики применительно к реализации их результатов в различных экономических ситуациях.

Степень разработанности проблемы

Проблемам промышленной и торговой политики, включающим оценку эффективности и конкурентоспособности производства и качества продукции, комплексу вопросов её реализации, взаимосвязанной с ними инвестиционно-инновационной проблематике посвящены работы многих зарубежных и российских ученых: Ансоффа И., Портера М., Друкера П.Ф., Дамодарана А., Котлера Ф., Макдональда М., Самуэльсона П.Э., Шапиро В., Мильнера Б.З., Клейнера Г.Б., Фатхутдинова Р.А., а также экономистов-металлургов Бродова А.А., Лисина В.С., Чепланова В.И., Штанского В.А., Юзова О.В.

Однако вопросы взаимодействия промышленной и торговой политики, в том числе применительно к условиям металлургического комплекса, в этих работах системно, целенаправленно не исследовались.

Целью диссертационного исследования является научное обоснование и разработка методов взаимодействия промышленной и торговой политики, обеспечивающих устойчивое развитие металлургических компаний и экономическую безопасность в этой важнейшей области экономики страны.

Для достижения поставленной цели в диссертационной работе решены следующие задачи:

- обоснована система факторов, определяющих особенности взаимодействия промышленной и торговой политики металлургических компаний в различных экономических ситуациях и, прежде всего, в условиях финансово-экономического кризиса и посткризисного развития (глава 1);

- выполнена аналитическая оценка развития промышленной и торговой политики и их взаимосвязи по этапам рыночных преобразований в российской экономике (глава 1);

- разработаны критерии структуризации потребителей металлопродукции с позиций эффективного взаимодействия с ними металлургических компаний (глава 2);

- обоснованы методические особенности формирования металлургическими предприятиями торговой политики, условий ценообразования и финансирования расходов на покупку металлопродукции применительно к отдельным группам металлопотребителей (глава 2);

- обоснована эффективность создания промышленно-торговых центров крупных металлургических компаний как важнейшего фактора обеспечения взаимодействия промышленной и торговой политики в условиях диверсификации и качественно повышающихся запросов потребителей металлопродукции (глава 3).

Объектом исследования являются процессы взаимодействия промышленной и торговой политики в крупных металлургических компаниях.

Предмет исследования - методика формирования и механизм реализации комплексной системы взаимодействия промышленной и торговой политики.

Областью диссертационного исследования являются методы и механизмы управления промышленными объединениями в соответствии с паспортом специальности 08.00.05. Экономика и управление народным хозяйством, специализацией 1 - экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: 1.1. промышленность:

- 1.1.5. – Гармонизация промышленной и торговой политики с учётом экономической безопасности;

- 11.2. – Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий;

- 1.1.27. - Управление производственной программой в различных условиях хозяйствования подразделения организации.

Теоретической и методической основой исследования являются научные труды ведущих российских и зарубежных ученых-экономистов по проблемам промышленной и торговой политики, конкурентоспособности и управления формированием производственных программ промышленных объединений; материалы научно-практических конференций и семинаров по этой проблематике.

Основные методы исследования: системный подход к изучаемым процессам; методы сравнительного анализа, группировки, структуризации; табличный и графический методы.

Применение различных методов научного исследования направлено на обеспечение достоверности результатов экономического анализа, обоснованности разработанных предложений и сделанных выводов.

Информационную базу исследований составили статистические данные Федеральной службы Государственной статистики; отчетные и аналитические материалы промышленных и торговых компаний; нормативно-правовые акты по исследуемым проблемам; материалы научно-практических конференций и периодических изданий, в т.ч. журналов «Экономика в промышленности», «Сталь», «Металлург», «Научно-технические ведомости СПбГПУ».

На защиту выносятся следующие теоретические и методические положения, разработанные лично автором и обладающие научной новизной:

- комплекс факторов, формирующих производственно-экономическую деятельность предприятий и определяемых взаимодействием промышленной и торговой политики с учётом особенностей развития как металлургических компаний, так и металлопотребляющих отраслей, в различных экономических ситуациях;

- принципы и конкретные методы взаимодействия промышленной и торговой политики по отношению к отдельным группам потребителей, учитывающие как структуру производственного потенциала крупных металлургических компаний, так и структуризацию потребителей по масштабам и условиям формирования финансовых ресурсов для закупок металлопродукции;

- методы ценообразования применительно к продажам металлопродукции отдельным группам потребителей через независимые и аффилированные с крупными металлургическими компаниями трейдерские фирмы, обеспечивающие итоговую эффективность воспроизводственного процесса: производство и реализация продукции;

- методические особенности определения экономической эффективности создания в составе крупных металлургических компаний промышленно-торговых центров, посредством которых реализуется создание значительной добавочной стоимости.

Теоретическое значение результатов диссертационного исследования заключается в развитии теории управления промышленными системами путём её дополнения факторами гармонизации промышленной и торговой политики на основе учёта экономических интересов производителей и потребителей промышленной продукции в различных экономических условиях.

Практическая значимость результатов выполненного исследования заключается в том, что обоснованные методы взаимодействия промышлен-

ной и торговой политики позволяют металлургическим компаниям управлять разработкой и реализацией производственных программ с возможно более полным учётом общеэкономических условий как производства, так и сбыта металлопродукции.

Обоснованная система взаимодействия промышленной и торговой политики была реализована в ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», что подтверждено актом внедрения и использования основных результатов диссертационной работы.

Апробация результатов исследования

Основные результаты диссертационной работы были доложены на международных конференциях «Металлургия, рынки металлов и интернет-коммерция», 2009 и 2010 гг. (Москва), на семинаре выставки «Металл-Экспо» в 2010 гг. (Москва), на конференциях молодых учёных в ФГУП «ЦНИИчермет им.Бардина в 2008 и 2010 гг. (Москва).

Основные научные положения диссертационной работы были доложены и обсуждены на научно-экономическом совете в Институте экономики ФГУП «ЦНИИчермет им. И.П.Бардина» (г. Москва, октябрь 2011 г.).

Публикации

По теме диссертации опубликованы 5 печатных работ, в т.ч. три статьи в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК, объёмом 2,4 п.л.; общий объём публикаций – 5,0 п.л., из них вклад диссертанта 4,4 п.л.

Структура и объём диссертации

Диссертация состоит из введения, 3-х глав, заключения и приложений, содержит 115 страниц машинописного текста, 15 таблиц и 11 рисунков.

Список использованной литературы включает 105 наименований.

Общая характеристика диссертации

1. В первой главе обоснована система факторов, формирующих производственно-экономическую деятельность предприятий и определяемых как промышленной и торговой политикой, так и посредством их взаимодействия в различных экономических ситуациях.

Показано, что промышленная политика во многом определяет экономическое состояние и производственный потенциал компании, обеспеченность её ресурсами, уровень издержек производства, кадровый потенциал, степень решённости экономических и социальных проблем.

Соответственно торговая политика определяет наиболее эффективные пути реализации производимой металлопродукции различным группам потребителей, при достижении превосходства над конкурентами по каждому отдельному сегменту рынка и виду металлопродукции с учётом производственных возможностей предприятия, тенденций развития спроса и предложения.

Но лишь на основе взаимодействия промышленной и торговой политики возможно выработать наиболее эффективные направления развития предприятий, решить такие конкретные вопросы, как:

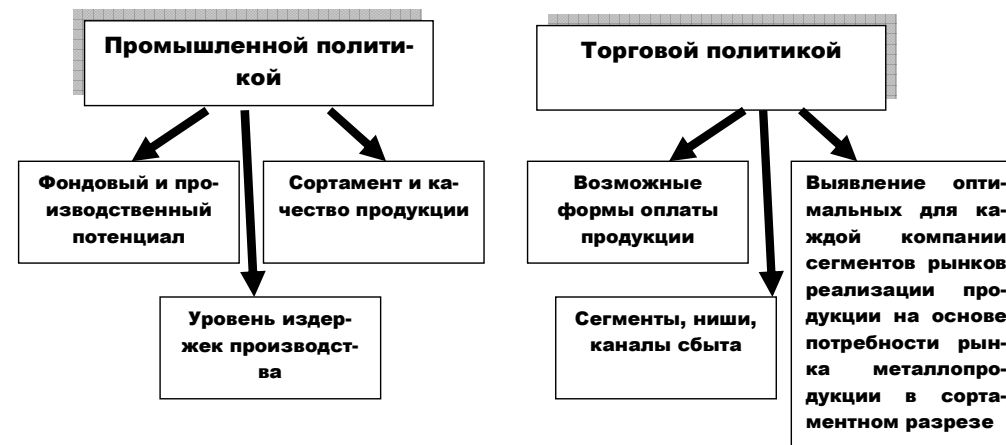
- согласование требований различных групп конкретных потребителей по количеству и сортаменту металлопродукции с возможностями производителей;
- формирование ценовой политики, оценку и выбор наиболее оптимальных возможных форм оплаты готовой продукции;
- определение стратегических позиций предприятий с учётом их производственного потенциала и конкурентоспособности.

На рис. 1 показана взаимосвязь промышленной и торговой политики с позиций:

- факторов, определяющих содержание промышленной и торговой политики;

- их взаимного влияния на конкурентоспособность, ценовую политику, итоговую эффективность производства и финансовые ресурсы компании.

I. Факторы экономической деятельности предприятия, определяемые:



II. Факторы экономической деятельности предприятия, определяемые взаимодействием промышленной и торговой политики

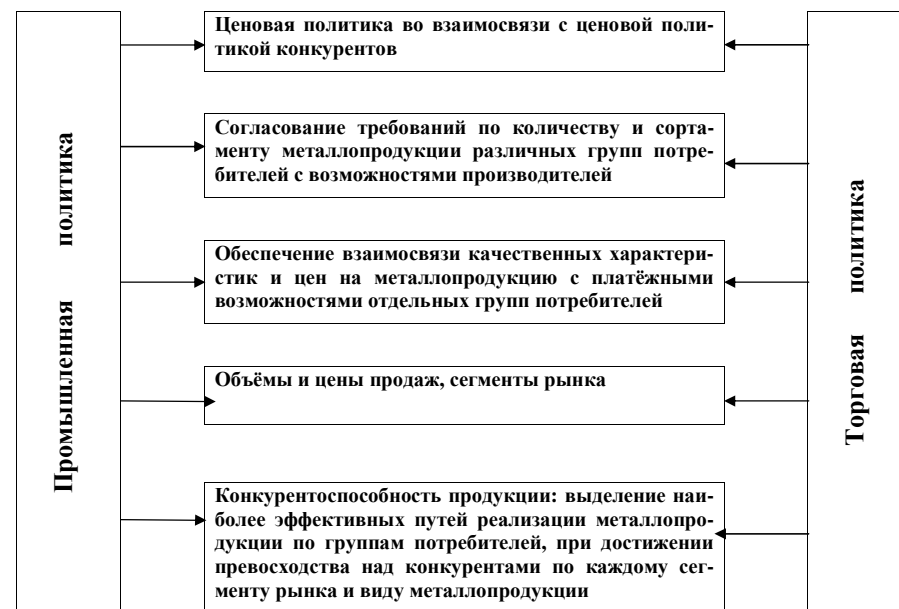


Рис. 1. Факторы взаимодействия промышленной и торговой политики

На основе выполненной аналитической оценки выделены, с определенными допущениями, четыре этапа в развитии металлургического комплекса в период 1992 -2011 годов, для каждого из которых характерны определенные особенности формирования промышленной и торговой политики и их взаимодействия.

1-й этап: 1992 - 1998 годы - резкое снижение объемов производства в основном за счет обвального сокращения продаж на внутреннем рынке, при частичной компенсации за счёт резкого увеличения продаж на экспорт.

Объем продаж

На внутреннем рынке

1991 г. - 49,6 млн. тонн
1992 г. - 36,1 млн. тонн
1993 г. - 25,6 млн. тонн
в 1996- 1998гг. - 12,6 млн. т.

На экспорт

1991 г. - 2,4 млн. тонн
1992 г. - 10,7 млн. тонн
1993 г. - 17,1 млн. тонн
Среднегодовой объем
1996- 1998гг.-25 млн. тонн

2-ой этап: 1999 - 2008 (1-я половина) годы - последовательное увеличение объемов производства металлопродукции, в преобладающей части за счет роста продаж на внутреннем рынке.

На внутреннем рынке

1999 г. - 13,2 млн. тонн
2000 г. - 21,7 млн. тонн
2005 г. - 25,2 млн. тонн
2007 г. - 32,0 млн. тонн

На экспорт

Стабильно весь период
2-го этапа 25-28 млн. тонн

3-й этап - резкое сокращение объемов производства, начиная с сентября 2008 года в результате в основном обвала продаж на внутреннем рынке вследствие финансово-экономического кризиса

На внутреннем рынке

2008 г. - 29,2 млн. тонн
2009 г. - 23,0 млн. тонн

На экспорт

27,3 млн. тонн
27,8 млн. тонн

4-ый этап - посткризисное развитие с 2010 года

На внутреннем рынке

2010 - 29,7 млн. тонн
2011 г. (оценка) - 33,0 млн. тонн

На экспорт

2010 - 28,0 млн. тонн
2011(оценка) - 25,0 млн. тонн

Выполненный анализ показал, что если в докризисный период рост потребления на внутреннем рынке являлся главным фактором увеличения производства металлопродукции в России, то в период финансово-экономического кризиса обвал продаж на внутреннем рынке определил общее сокращение объемов производства.

Финансово-экономический кризис особенно ощутимо ударил по продажам на внутреннем рынке в результате резкого сокращения размеров и увеличения стоимости заемных средств на финансовых рынках для российских промышленных и строительных предприятий.

Сохранение объемов экспорта на уровне 27,0 млн. тонн позволяло в определенной степени компенсировать сокращение объема продаж на внутреннем рынке, но продажи на внешний рынок были примерно на 15-20% менее выгодны, в основном за счёт дополнительных транспортных затрат до конечных потребителей.

В условиях благоприятной экономической конъюнктуры на мировом и внутреннем рынках, особенно в 2004-2008 годы, промышленная политика ряда металлургических предприятий была направлена на систематическое наращивание производственного потенциала, рост объемов производства путём строительства высокопроизводительных агрегатов.

Стоимость основных фондов металлургического комплекса выросла с 260 млрд. руб. в 2001 году до, примерно, 950 млрд. руб. в 2008 году.

Финансово-экономический кризис, обрушив внутреннее потребление, обусловил большой разрыв между производственно-экономическим потенциалом металлургических предприятий, и возможностями его использования для поставок на внутренний рынок.

Вследствие отсутствия необходимого взаимодействия промышленной и торговой политики была существенно снижена экономическая безопасность по обеспечению экономики страны за счёт внутреннего производства рядом видов легированной металлопродукции, прежде всего - нержавеющей стали.

Так, в плановой экономике был создан технически современный потенциал для производства металлопродукции из нержавеющей стали, производство которой составляло более 800 тыс. тонн в год; с началом рыночных преобразований производство проката нержавеющей сталей снизилось до 69 тыс. тонн (в 1996 году). В настоящее время более 50% потребления удовлетворяется за счёт импорта.

Главной причиной потери экономической безопасности в производстве нержавеющей стали явилась недооценка металлургическими предприятиями ряда факторов торговой политики, в том числе такого важнейшего как наличие необходимых средств у потребителей для авансовой оплаты будущих поставок при высокой стоимости кредитных средств российских банков.

2. Во второй главе обоснованы:

- **методические особенности** формирования металлургическими предприятиями торговой политики, условий ценообразования и финансирования по группам металлопотребителей, учитывающие интересы как металлургических компаний, так и металлопотребляющих отраслей в различных экономических ситуациях;

- **принципы и конкретные методы** взаимодействия промышленной и торговой политики по отношению к отдельным группам потребителей, учитывающие как структуру производственного потенциала крупных металлургических компаний, так и структуризацию потребителей по масштабам и условиям формирования финансовых ресурсов для закупок металлопродукции на внутреннем рынке.

Особое значение выработки принципов взаимодействия промышленной и торговой политики на внутреннем рынке определяется тем, что российские компании абсолютно доминируют на этом рынке. На их долю приходится около 90% общего внутреннего потребления проката черных металлов.

На мировом же рынке доля российских металлургических компаний составляет около 8% даже с учётом, что они экспортируют около 50% производимого проката черных металлов.

По прогнозной оценке Института экономики ФГУП «ЦНИИчермет им. И.П. Бардина» в перспективе до 2020 года прирост внутреннего потребления составит почти 20 млн. тонн (до 47 млн. тонн), при сохранении размеров экспорта на нынешнем уровне.

Обосновано, что при выработки торговой политики и конкретных методов её реализации на внутреннем рынке необходимо учитывать, с одной стороны, весь спектр требований отдельных потребителей, а с другой – возможности удовлетворения этих требований с учётом созданного потенциала производителей этой продукции.

Для российского рынка металлопродукции характерен и прогнозируется, во всяком случае, до 2020 года огромный разрыв между высоким удельным уровнем концентрации производства и низким удельным уровнем размеров потребления металлопродукции массой мелких и средних предприятий, на долю которых, по выполненным расчётам, приходится более 50% общих продаж на внутреннем рынке.

Выполненный анализ показал, что такой огромный разрыв сложился вследствие:

- наращивания производственного потенциала в плановой экономике только с позиций промышленной политики, когда экономически эффективным считалось строительство агрегатов большой мощности, а реализация произведенной продукции осуществлялась в централизованном порядке;

- продолжение в период рыночных преобразований практики ввода в действие высокопроизводительных агрегатов на крупных металлургических комбинатах (электропечи ёмкостью по 180 тонн, высокопроизводительные сортовые станы и др.).

Объёмы же производства и соответственно потребления металлопродукции подавляющей части предприятий существенно сократились.

В результате, как правило, объёмы производства по отдельным прокатным агрегатам в рамках одного периода времени в сотни раз превышают размеры потребления даже самых крупных предприятий. Так, годовые поставки проката ОАО «Автоваз» составляют 4% производства стана холодной прокатки ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат».

В целом в настоящее время на долю семи наиболее крупных металлургических компаний (ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Северсталь», ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ОАО «Западно-Сибирский металлургический комбинат», ОАО «Нижне-Тагильский металлургический комбинат», ООО «Оскольский электрометаллургический комбинат», ОАО «Уральская сталь») - приходится более 70% общих объёмов поставок российскими металлургическими компаниями металлопродукции на внутренний рынок.

Наличие крупных производителей и массы конкретных покупателей металлопродукции обусловили её реализацию по двум каналам: прямым – по контрактам непосредственно с крупными потребителями (в основном предприятия оборонно-промышленного комплекса, ОАО «РЖД» и трубные заводы) и косвенным – в основном мелким и средним потребителям, через независимые трейдерские фирмы, активно создававшиеся на первых двух этапах рыночных преобразований.

Наиболее крупные трейдерские компании выступают по отношению к металлургическим компаниям как крупные заказчики, а по отношению к многочисленным средним и мелким потребителям – как продавцы разнообразных, по количеству и сортаменту, партий металлопродукции.

В результате передачи функций торговой политики независимым трейдерским фирмам металлургические компании не только отдавали им часть прибыли, но и самоустранялись от формирования торговой политики по отношению к конкретным потребителям.

Таблица 1. Структура продаж металлопроката ОАО «ММК» по регионам и группам потребителей в докризисный период, %

Регионы	Потребители ¹⁾	
	Крупные	Мелкие и средние (в основном через независимых трейдеров)
1. Северный	35	65
2. Северо-Западный	46	54
3. Центральный	65	35
4. Волго-Вятский	60	40
5. Центрально-Черноземный	62	38
6. Поволжский	70	30
7. Северо-Кавказский	15	85
8. Уральский	75	25
9. Западно-Сибирский	42	58
10. Восточно-Сибирский	35	65
11. Дальневосточный	33	67

На основе аналитической обработки различных схем продаж установлено, что в наиболее полном виде цены закупки металлопродукции мелкими и средними потребителями у независимых трейдерских фирм формируют следующие составляющие:

$$C_m^{M-C} = C_{nrm} + T_z + CK_z + PPP_z + П_{np} + Z_{обт} \quad (1)$$

где:

¹⁾ Расчет произведен по разработанной автором методике, в соответствии с которой распределение отдельных потребителей по регионам страны устанавливалось на основе использования данных о перевозках металлопродукции железнодорожным транспортом и размещении трейдерских фирм.

C_m^{M-C} – цены закупки мелкими и средними потребителями – франко – склад независимо и трейдерской компании
 $C_{прт}$ – цена закупки металлопродукции трейдерскими компаниями у металлургических;
 T_3 – затраты на транспортировку закупленной трейдерской компанией металло – продукции до места размещения её складских баз (сервис – центров) и разгрузку;
 $СК_3$ – складские затраты (в расчёте на 1т реализуемой продукции);
 $ПП_3$ – затраты на предпродажную подготовку;
 $П_{тр}$ – прибыль трейдерской компании;
 $З_{обт}$ – оборотные средства на хранение металлопродукции включая стоимость кредитных средств (K_p).

При этом финансовые средства на выполнение всех этих операций независимые трейдерские компании заимствуют, как правило, в коммерческих банках, что обуславливает дополнительные затраты, определяемые величиной, сроком и процентной ставкой заимствования.

В результате конечные потребители – мелкие и средние компании – при покупке металлопродукции у независимых трейдерских фирм оплачивают, по сравнению с крупными потребителями: прибыль трейдерской компании ($П_{тр}$), затраты на формирование оборотных средств ($З_{обт}$) и стоимость кредитов (K_p).

В отличие от мелких потребителей, цены продаж крупным потребителям на покупку металлопродукции не только не обременяются этими затратами, но и учитывают в ряде случаев дополнительные льготы.

На основе обработки различных схем продаж, установлено, что цены металлопродукции, при поставке крупным металлопотребителям, как правило, включает следующие составляющие:

$$C_z^{Kpn} = C_{пр} + Z_p + П_{пр} + D_y \quad (2)$$

где:

C_z^{Kpn} – цена закупки крупными потребителями франко – производителей (металлургическая компания);
 $C_{пр}$ – себестоимость производства;
 Z_p – затраты на реализацию;
 $П_{пр}$ – прибыль производителя
 D_y – льготные условия продаж для конкретных потребителей

При этом льготные условия для крупных потребителей могут включать: закупку в кредит, скидки за поставку крупных партий и др.

Как показывает выполненный в работе анализ, цены продаж металлопродукции крупным потребителям, как правило, на 5 – 10 процентов ниже цены продаж мелким и средним потребителям за счёт прибыли трейдерской компании, кредитов на оборотные средства, различного рода льготы.

Выявлено, что в условиях финансово-экономического кризиса взаимоотношения металлургических предприятий с крупными компаниями – металлопотребителями оказались наиболее защищенными. Государство оказывало содействие крупным стратегическим потребителям металлопродукции (ОАО «РЖД», РАО «Газпром» и др.) уже в первые месяцы кризиса по двум основным направлениям: обеспечивало оплату значительной части производимой ими продукции и кредитовало через государственные банки по более низким ставкам, чем коммерческие.

Напротив, средние и мелкие конечные потребители в период финансово-экономического кризиса оказались в тяжёлом положении, поскольку лишились дешёвых доступных кредитных средств, а объём собственных средств резко сократился ввиду уменьшения производимой ими продукции.

В тяжёлом финансовом положении оказались и независимые трейдерские фирмы: кредиты резко подорожали, а прямые выплаты средних и мелких потребителей резко уменьшились вследствие сокращения производства и высокой стоимости заёмных средств.

Исходя из условий формирования цен продаж непосредственно крупным потребителям и независимым трейдерским компаниям обоснована экономическая целесообразность создания трейдерских фирм аффилированных с крупными металлургическими компаниями для продаж металлопродукции мелким и средним потребителям.

В отличие от независимых трейдерских компаний, аффилированные с металлургическими компаниями металлоторгующие фирмы, выполняя в принципе те же операции, могут кредитоваться материнской компанией или пользоваться правом отложенных платежей.

При равенстве цены закупки металлопродукции мелкими и средними потребителями у независимой ($C_{\text{т}}^{M-C}$) и у аффилированной ($C_{\text{Ат}}^{M-C}$), эффективность продаж аффилированной компании определяется в основном за счёт следующих основных составляющих: исключения прибыли независимой трейдерской компании ($\Pi_{\text{ТР}}$); меньшего размера оборотных средств ($Z_{\text{обт}}$), в том числе, за счёт более дешёвых кредитных ресурсов K_p .

Остальные составляющие могут варьироваться в ту или другую сторону в соответствии с конкретными условиями.

На рисунке 2 показаны факторы, формирующие более высокую эффективность при продажах через аффилированную трейдерскую компанию:

- при прямых продажах – отсутствие торгового посредника, а в условиях финансово-экономического кризиса – участие в финансировании государственных банков;
- при закупках через аффилированные трейдерские компании - возможность максимально снизить заимствования банковских кредитов.

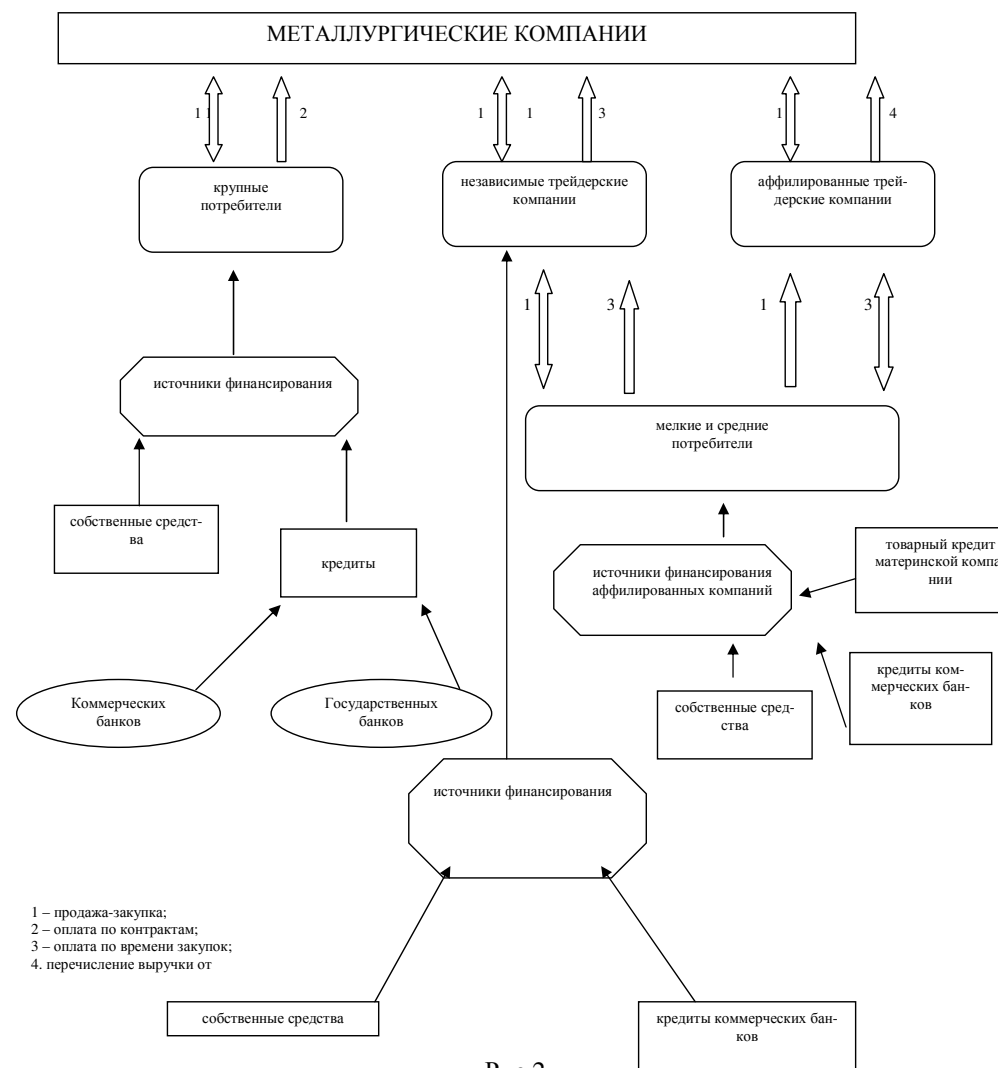


Рис.2.
Схема продаж по группам потребителей, формирование цен и источники их финансирования

3. В третьей главе обоснованы методические особенности определения экономической эффективности создания в составе крупных металлургических компаний промышленно-торговых центров, посредством которых обеспечивается создание значительной добавленной стоимости.

В условиях развития и диверсификации экономики, расширения запросов потребителей, всё более актуальным является организация производства из металла массового назначения новых видов металлопродукции с более высокой добавленной стоимостью – профнастил, металлочерепица, сварные сетки, сварные балки и др.

Металлоцентры, которые бы обеспечивали производство этих видов металлопродукции со значительным приращением добавленной стоимости, при выполнении ими функций по реализации продукции конечным потребителям, предлагается номинировать как промышленно-торговые центры, в отличие от получивших большое развитие сервисных металлоцентров, выполняющих относительно простые операции по обработке металлопродукции (продольная и поперечная резка, обработка кромок, формовка, окраска, пробивка отверстий).

Обосновано, что при оценке эффективности создания промышленно-торговых центров в составе крупных металлургических компаний необходимо не только оценить в полном объёме те затраты, которые должны будут произвести эти компании, но и учесть все условия, которые в совокупности могут обеспечить их эффективность по сравнению с другими вариантами использования финансовых ресурсов.

В состав полного объёма затрат при организации промышленно-торговых центров крупных металлургических компаний необходимо включать, кроме инвестиций в специализированные склады, здания и оборудование, также затраты на аренду земельных площадей, транспортировку металлопродукции до места размещения ПТЦ, выполнение торговых операций.

Обосновано, что эффективность создания промышленно-торговых центров обеспечивается, если величина единовременных затрат на их создание приносит доход, более высокой, чем по другим вариантам использования финансовых ресурсов на инвестиции.

$$\text{т.е. } \frac{\Delta \Pi}{K_c + O_{bc}} > \varepsilon_{фд}, \quad \text{где:} \quad (3)$$

$\varepsilon_{фд}$ – уровень эффективности (процент) при инвестировании в другие виды деятельности или по депозитному вкладу;

$\Delta \Pi$ – разница в прибыли при создании аффилированных ПТЦ по сравнению с продажей металлопродукции независимым трейдерским фирмам без дополнительной обработки;

K_c – инвестиции, необходимые на создание ПТЦ, аффилированного с крупной металлургической компанией;

O_{bc} – дополнительные оборотные средства, необходимые при создании ПТЦ.

По разработанной методике были выполнены многовариантные расчёты по различным видам деятельности промышленно-торговых центров.

На основе обобщения выполненных расчетов была определена примерная структура инвестиций и диапазон возможных итоговых результатов при различных вариантах производственной деятельности промышленно-торговых центров.

Таблица 2. Усреднённая структура инвестиций по расчётным вариантам производственной деятельности промышленно-торговых центров

Виды производственной деятельности ПТЦ	Структура инвестиций, %				Коэффициент эффективности (зависимости от объёмов производства и места размещения), %
	Производственные здания и сооружения	Оборудование	Аренда земельных участков	Оборотные средства	
Производство профнастила и металлочерепицы	15	44	10	31	5 - 25
Производство	12	15	12	61	4 - 12

сварочной сетки					
Производство просечного листа	18	12	20	50	6 - 18

Расчётами установлено, что значительная часть затрат при создании промышленно-торговых центров требуется на аренду земельных участков и создание значительных запасов металлопродукции (оборотные средства).

Эффективность создания промышленно-торговых центров определяется в большой степени объёмом их производства и местом расположения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Обоснована система факторов, формирующих производственно-экономическую деятельность предприятий и определяемых как промышленной и торговой политикой, так и посредством их взаимодействия в различных экономических ситуациях.

Если промышленная политика в основном определяет экономическое состояние и производственный потенциал компании, то торговая - наиболее эффективные пути реализации производимой металлопродукции.

Но лишь на основе взаимодействия промышленной и торговой политики могут быть обеспечены: согласование требований потребителей с возможностями производителей; формирование ценовой политики и выбор наиболее оптимальных возможных форм оплаты готовой продукции.

2. На основе выполненной аналитической оценки выделены, с определенными допущениями, четыре этапа в развитии металлургического комплекса в период 1992 -2011 годов, для каждого из которых характерны определенные особенности формирования промышленной и торговой политики и их взаимодействия.

Показано, что если в докризисный период (до 2-ой половины 2008 года) происходило систематическое наращивание производственного потен-

циала ряда металлургических компаний с увеличением сбыта металлопродукции в основном на внутреннем рынке, то в условиях финансово-экономического кризиса определяющим явилось резкое сокращение внутреннего потребления металлопродукции в основном вследствие высокой стоимостью заёмных средств.

Результаты промышленной политики металлургических компаний, ориентированных в докризисный период на строительство высокопроизводительных агрегатов, оказались недостаточно востребованы вследствие резкого падения внутреннего спроса на металлопродукцию.

3. Выявлено, что в условиях финансово-экономического кризиса, вследствие увеличения стоимости кредитных ресурсов коммерческих банков, мелкие и средние потребители и независимые трейдерские компании, реализующие им продукцию металлургических компаний, оказались в наиболее сложном финансовом положении. Размеры продаж мелким и средним потребителям снизились в этот период на 60 -80%, тогда как крупным – на 10 – 15 %.

4. Обоснованы методические особенности формирования металлургическими предприятиями торговой политики, условий ценообразования и финансирования по группам металлопотребителей, учитывающие разнообразный спектр требований отдельных потребителей, возможности удовлетворения этих требований с учётом созданного потенциала металлургических компаний, огромный разрыв между высокой концентрацией металлургического производства и низким уровнем размеров потребления массы мелких и средних потребителей, на долю которых приходится более 50% всех продаж.

5. На основе аналитической обработки различных схем продаж установлено, что при закупке металлопродукции мелкими и средними потребителями у независимых трейдерских фирм, они несут дополнительные затраты по оплате прибыли этих трейдерских компаний и затраты на формирование оборотных средств, как правило, за счёт коммерческих кредитов.

6. Обоснована экономическая эффективность создания крупными металлургическими компаниями аффилированных трейдерских фирм. В результате металлургические компании будут получать часть добавленной стоимости в виде прибыли, которая, при продаже через независимые трейдерские компании, остаётся у этих компаний, а конечные потребители будут нести меньшие затраты за счёт использования аффилированными трейдерскими фирмами более дешёвых кредитов на создание оборотных средств (как правило, кредиты материнской компании, и право отложенных платежей).

7. Обоснована эффективность создания промышленно-торговых центров крупных металлургических компаний как важнейшего фактора обеспечения взаимодействия промышленной и торговой политики в условиях диверсификации и качественно повышающихся запросов потребителей металлопродукции.

Показано, что эффективность создания промышленно-торговых центров обеспечивается, если величина единовременных затрат на их создание приносит доход, более высокой, чем по другим вариантам использования финансовых ресурсов.

Основные положения диссертации изложены в следующих работах.

Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах,
рекомендованных ВАК

1. Орлов Д.В., Штанский В.А. Управление взаимодействием промышленной и торговой политики металлургических предприятий, Научно-технические ведомости СПбГПУ, №6, 2010 г., с. 120-126, 0,8 п.л., в т.ч. вклад соискателя – 0,5 п.л.

2. Штанский В.А., Орлов Д.В. Принципы и методы формирования торговой политики металлургическими компаниями на внутреннем рынке

металлопродукции, Экономика в промышленности, 2009 г., №2, с. 24-31, 0,9 п.л., в т.ч. вклад соискателя – 0,6 п.л.

3. Штанский В.А., Орлов Д.В. Оценка экономической эффективности создания металлургическими компаниями промышленно-торговых центров. СПб ГПУ, №6, 2011, с. 0,7 п.л., т.ч. вклад соискателя – 0,5 п.л.

Публикации в других изданиях

4. Орлов Д.В. Сегментирование рынков и определение зон размещения металлоцентров для эффективного обслуживания потребителей. Бюллетень ОАО «Черметинформация» «Чёрная металлургия», №2, 2008 г., с.100 – 107, 0,8 п.л.

5. Орлов Д.В. Управление взаимодействием промышленной и торговой политики для обеспечения устойчивости металлургических предприятий. Металлург, 2011, 36 с., 1,8 п.л.