

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра мировой экономики и менеджмента

Допустить к защите
Заведующий кафедрой
д-р экон. наук, проф.
_____ И.В. Шевченко
(подпись)
_____ 2020 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Работу выполнила _____ А.М. Литош
(подпись)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(код, наименование)

Направленность (профиль) Международный менеджмент

Научный руководитель
канд. экон. наук, доц. _____ Л.В. Пономаренко
(подпись)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, ст. преп. _____ В.О. Покуль
(подпись)

Краснодар
2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретические основы внешнеторговой деятельности предприятия.....	6
1.1 Определение, функции и элементы внешнеэкономической деятельности.....	6
1.2 Понятие внешнеторговой сделки и организация работы внешнеторговой фирмы	14
1.3 Сущность и методика оценки конкурентоспособности товара и производителя	20
2 Анализ импортной и финансово-хозяйственной деятельности по закупке лифтового оборудования на примере компании «Ипус Логистикс».....	27
2.1 Анализ отечественных и иностранных поставщиков лифтового оборудования на уровне России.....	27
2.2 Общая характеристика компании ООО «Ипус Логистикс».....	42
2.3 Оценка эффективности работы и финансовых показателей предприятия «Ипус Логистикс»	47
3 Развитие внешнеторговой деятельности предприятия «Ипус Логистикс».....	53
3.1 Анализ поставщиков ООО «Ипус Логистикс»	53
3.2 Анализ конкурентных условий компании «Ипус Логистикс».....	58
3.3 Рекомендации по совершенствованию внешнеторговой деятельности предприятия ООО «Ипус Логистикс».....	62
Заключение	68
Список использованных источников	71
Приложение А	75

ВВЕДЕНИЕ

В процессе внедрения России в систему международных связей внешнеторговая деятельность предприятий становится все более значимым фактором экономического развития страны. Компании могут выйти на иностранный рынок и проводить разнообразные внешнеэкономические операции, начиная от разовых сделок купли-продажи до создания совместных продуктов.

Внешнеторговая деятельность помогает российским компаниям заявить о себе в других странах, а также даёт возможность ознакомиться с иностранными производителями. Главные достоинства предприятий и организаций, желающих заниматься внешнеторговой деятельностью – высокая мобильность и гибкость, способность быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. Внешнеторговая деятельность способствует развитию международных стандартов для российских предпринимателей, которые смогут представлять Россию на международном рынке.

Не все компании могут конкурировать с иностранными представителями по качеству сделанного товара или продукции. Поэтому российские производители предпочитают выбирать зарубежную продукцию нежели российских представителей в этой же отрасли.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что строительная сфера стремительно развивается, а спрос на лифтовое оборудование остается высоким. На сегодняшний день мы можем выявить актуальные вопросы и проблемы во внешнеэкономической деятельности предприятий и предложить пути решения и совершенствования данных проблем.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по совершенствованию внешнеторговой деятельности на примере компании ООО «Ипус Логистикс» в условиях усиления конкуренции.

Исходя из поставленной цели, в работе решались следующие задачи:

- изучить теоретические основы внешнеторговой деятельности;
- исследовать теоретические аспекты внешнеторговой сделки и организацию работы внешнеторговой фирмы;
- провести анализ отечественных и иностранных поставщиков лифтового оборудования;
- рассмотреть организационно-экономическую характеристику предприятия ООО «Ипус Логистикс»;
- оценить финансовые показатели компании;
- проанализировать современное состояние внешнеэкономической деятельности предприятия;
- предложить направления совершенствования внешнеэкономической деятельности предприятия.

Объектом исследования была выбрана компания, занимающаяся торговлей лифтовым оборудованием ООО «Ипус Логистикс».

Предметом исследования выпускной квалификационной работы являются организационно-управленческие отношения, возникающие в процессе внешнеторговой деятельности предприятия, осуществляемой ООО «Ипус Логистикс», а также факторы, влияющие на экспортный потенциал предприятия.

При выполнении исследования применялись такие методы как классификация данных, обобщения, индукции и дедукции, статистической обработки данных и др.

Теоретико-методическую базу работы составляют труды отечественных ученых, таких как Лавров С.Н., Стровский Л.Е., Воронкова О.Н. и др.

Практическая значимость полученных результатов заключается в разработке комплекса рекомендаций по совершенствованию внешнеторговой деятельности компании «Ипус Логистикс».

Структура работы включает введение, три главы, заключение, список использованных источников.

В первой главе выпускной квалификационной работы описаны общетеоретические вопросы, в которые входят определение, функции и элементы внешнеторговой деятельности в целом, подробно рассмотрены понятие внешнеторговой сделки и организация работы внешнеторговой фирмы. Также внимание уделено сущности и методике оценки конкурентоспособности товара и производителя.

Вторая глава выпускной квалификационной работы содержит анализ отечественных и иностранных поставщиков лифтового оборудования, основную информацию о компании «Ипус Логистикс». Проведена оценка финансовых показателей компании.

Третья глава содержит рекомендации по совершенствованию внешнеторговой деятельности предприятия ООО «Ипус Логистикс». В данной главе проведён анализ поставщиков компании, а также рассмотрены её конкурентные условия и предложены варианты, которые помогут ООО «Ипус Логистикс» усовершенствовать свои внешнеторговые связи.

В заключении выпускной квалификационной работы по итогам исследования сделаны соответствующие выводы и предложения.

1 Теоретические основы внешнеторговой деятельности предприятия

1.1 Определение, функции и элементы внешнеэкономической деятельности

Определение (ВЭД) или внешнеэкономическая деятельность появилось в России во второй половине 20 века с учетом преобразований в системе администрирования и реализацией реформ, направленных на внешнюю политику в государстве. Основное направление реформ, направленных на предприятия – перераспределение функций иностранной торговли и применение модели ВЭД, вместо модели связей (ВЭС). вследствие реализации внешнеэкономических преобразований сформировали определения: ВЭД и ВЭС [6].

Деятельность во внешней среде необходимо рассматривать совместно с оперативно-экономическими, структурно-коммерческими, промышленно-хозяйственными элементами предприятий, цель которых экспорт, принимая во внимание выбранные способы и подходы реализации внешнеэкономической стратегии за рубежом.

К функциям внешней экономической среды предприятия относятся: политика экспорта, подписание контрактов на внутреннем рынке, формирование каналов сбыта для экспорта товаров. Это реализуется при помощи комплексного анализа иностранных рынков. Полученную информацию руководители используют при реализации нынешних и будущих стратегий [11].

Прогноз позволяет обнаружить:

- внутрипроизводственные ресурсы и способы их аккумуляции;
- положения для реализации стратегии во внешней среде для предприятий экспортеров;
- определить уровень их коммерческой деятельности.

Анализ условий экономики зарубежных рынков базируется на анализе будущих изменений состояния каналов сбыта, или прилегающих рынков ре-

сурсов, комплектующих элементов, логистических, страховых, услуг, связанных с финансами.

Следующим этапом необходимо определиться с позициями продукции и сформировать категории для ассортимента, рассматривая номенклатуру продукции по коду. Далее анализируется уровень конкурентоспособности изделия, или вычисление общего показателя, предопределяющий многоступенчатость методов исследования товара и его характеристик, в рамках возможностей производителя приспособливаться к требованиям иностранного рынка.

Самый значимый этап при реализации стратегии – это составление предписаний к экспортному изделию, формирование параметров продукта, вычисление индивидуальных и групповых индексов минимальной цены за покупку, технико-экономических показателей и требований.

Результатом подобного анализа или вычислений, является информация, которая служит основой для принятия решения, для увеличения конкурентоспособности продукции или необходимо произвести анализ издержек. Фундаментом для основания служит деятельность по формированию информационной базы о продукции на иностранных рынках, возможных покупателях и конкурентах.

Основа внешнеэкономической деятельности для предприятий – это реализация экспортируемых изделий. Продвижение осуществляется по каналам сбыта и предусматривается в рамках политики выхода на зарубежный рынок, как бизнесменом, так и дистрибьютером [7].

Следующая классификация функций внешней среды хозяйствования – оперативно-экономические:

- ориентирование на отбор и подбор систем для функционирования на зарубежном рынке;

- исследование этапов процесса выхода на иностранный рынок и факторов наличия в рыночной среде потенциальных партнеров в иностранном государстве;

– проектирование стратегии выхода на внешний рынок и организацию рекламной кампании.

Технологический процесс расширения зоны влияния на зарубежном рынке, являющийся частью оперативно-экономических работ – это комплекс действий, реализуемые сторонами внешнеэкономической деятельности по предложенной инициативе, основной целью которой, является поставка товара партнеру на внешний рынок, регулируемый государством [3].

Процесс содержит установленную последовательность действий внутри государства до момента подписания внешнеторгового контракта:

– рассмотрение рычагов государственного воздействия на международную торговлю и в РФ используя нормативно-техническую спецификацию и постановления;

– поиск нужного банка и открытие расчетно-валютного счета;

– рассмотрение устройства федеральных органов власти и организаций, специализирующихся на регистрации документов, требуемых для реализации функций нетарифных лимитирований экспорта и импорта товаров;

– маркетинговый анализ конъюнктуры зарубежного рынка и оформление необходимого листа;

– проведение экспортной аттестации и поиск нужной информации для ее проведения;

– анализ зарубежного партнера и подписание договоров;

– оформление документов и ведение переговоров, для оценки коммерческой выгоды.

Реализация стратегии выхода на международный рынок также основывается на результатах анализа внешней среды рынка, исследования цен, специфику работы своего потенциального партнера, анализ его престижности и репутации, а также платежеспособности на рынке [20]. Также стоит отметить, что для реализации процесса необходимо:

– владение информацией всех методов подготовки и подписания стандартной коммерческой сделки на международном уровне;

– оформлением типовых формальностей и документов: сырьевых, логистических, страховых, финансовых.

Еще одной классификацией функций экономической деятельности во внешней среде, являются оперативно-коммерческие: организация, а после выполнение сделки и остальных сопутствующих ей элементов в рамках иностранного рынка.

Заключение договоров также относится к функциям деятельности во внешней среде.

Договоры – разновидность документа, являющегося результатом соглашения участников, включающий права и необходимые обязанности для деятельности на международном рынке.

Договоры, реализуемые в рамках деятельности компаний во внешней среде, могут быть разными, начиная от стандартного договора и заканчивая контрактами и соглашениями. Согласно статистике, чаще всего используется тип договора «контракт». Такое различие в названиях существенной роли не представляет, так как все виды договоров направлены на одну цель – это развитие внешнеторговых отношений [17].

Актуальные на сегодняшний день правовые системы, а также нормативно-правовые акты РФ, дают всем сторонам ВЭД большие возможности для реализации общих целей и обязанностей. Так же участники при установлении ответственности и прав могут выходить за рамки законодательных актов. Лимитированием масштабов такого определения, являются законы или положения РФ.

Самыми распространенными в ВЭД являются такие виды договоров, как договор поставки (он же купли-продажи), договор подряда, перевозки, а также агентские договора и договора на лицензирование.

Большая часть экономики в странах приходится как раз на сделки по купле-продаже. Поэтому важная роль в отношениях между компаниями и регулирование этих отношений отводится именно таким договорам. Этот вид договора предопределяется не только детальным резюмированием положе-

ний купли-продажи, определяющим предмет контракта, ценообразование, методы расчета. Договоры, помимо вышесказанного, включают фундаментальные условия снабжения, сложившиеся на международной арене. Эти условия затрагивают локацию и непосредственно момент передачи продукции, вопросов логистики, выявления рисков, связанных с продукцией [13].

Стратегия выхода на международный рынок организации реализуется также через виды внешнеэкономической деятельности.

Классификация видов внешнеэкономической деятельности [26]:

- деятельность предприятий, направленная на экспорт;
- деятельность предприятий, направленная на импорт;
- бартерные операции;
- компенсационные договора;
- прямые инвестиции из-за рубежа;
- формирование инвестиционного портфеля;
- кредитные договоры;
- межгосударственный финансовый лизинг;
- кооперация в пределах одного предприятия для совместного производства;
- совместное производство в рамках нескольких государств;
- создание промышленных объектов совместно с партнером;
- реализация производственных программ совместно с партнером;
- подписание договоров подряда;
- создание единой научно-технической базы на международном уровне;
- оформление торговых знаков и лицензий;
- кооперация для научных исследований;
- предоставление технической помощи;
- адаптация персонала;
- франчайзинг;

- предоставление услуг в сфере инжиниринга;
- кредитные, валютно-финансовые операции на международной арене;
- оказание содействия в оформлении кредитов;
- проведение зарубежных расчетов;
- приобретение или продажа иностранной валюты;
- приобретение или продажа инструментов рынка ценных бумаг.

Ключевой функцией внешнеэкономической деятельности является коммерческая деятельность на международном уровне (ВТД).

Внешнеторговая деятельность направлена на ведение бизнеса в сфере международного обмена продукцией, услугами, знаниями и результатами НИОКР.

Инвестиционное сотрудничество на международной арене, является одним из методов взаимодействия с зарубежными партнерами на основе кооперации деятельности в области финансов и материально-технического обеспечения. Предмет такого вида сотрудничества – это увеличения базы для усовершенствования и увеличения производства товаров для экспорта, ее непрерывное обновление, основываясь на принципах конкурентоспособности и упрощения процессов ее сбыта на зарубежном рынке. Подобные решения осуществляются за счет кооперации производства. Совместное ведение бизнеса, реализуемое посредством обмена методиками производства, услугами с дальнейшим распределением программ производства продукции и последующего экспорта. Этот список можно дополнить в форме открытых или закрытых акционерных обществ, зарубежных неправительственных компаний [27].

Сотрудничество в составе внешнеэкономической деятельности организации также является одним из видов сотрудничества между иностранными субъектами в разнообразных, но взаимосвязанных между собой операциях технологического разделения детальности. Сам процесс подразумевает специализацию труда, обособление всех видов деятельности работников, уста-

новление функций, обязанностей, сферы действия по ключевым этапам, от анализа потребностей на внешних рынках до экспорта по каналам сбыта [2].

Совместное участие в производстве свойственно для однородных форм обмена, для промышленной, инвестиционной и сферы обслуживания, например, для перерабатывающего производства.

Реализация совместного производства достигается при следующих объединенных действиях партнеров [14]:

- коллективное планирование экспортной политики и импортозамещающей товары;
- прогнозирования и взаимного обеспечения научных работ, предоставление необходимого оборудования, приборов и научно-технической информации;
- планирование процесса подготовки персонала.

Важно понимать, что собственность партнеров не разделяется, а сотрудничество реализуется по принципу честных отношений между компаниями, производящие одинаковую продукции.

Все виды расчетных операций в качестве элемента внешнеэкономической деятельности организаций необходимо рассматривать в качестве содействующих, сопровождающих на каждом этапе сделки за границей в виде финансовой ответственности, связанной с оплатой платежа за доставленную продукцию через определенные формы расчета, или конвертацией валюты, для минимизации потерь от падения курса валюты.

К элементам внешнеэкономической деятельности относятся [25]:

- конкретные операции по реализации продвижения продукции от производителя к покупателю;
- оказание различного типа услуг во внешней среде (погрузочно-разгрузочных, складских, страховых, банковских);
- безналичные платежи в банках;

– уплата таможенных платежей и ознакомление с коммерческими сведениями о конъюнктуре международного рынка: сырьевой и валютно-финансовой функции.

Внешнеторговую деятельность можно характеризовать как обмен собственностью и услугами в рамках внешней среды. Совершая подобный обмен необходимо выполнить следующие действия (рисунок 1) [22]:

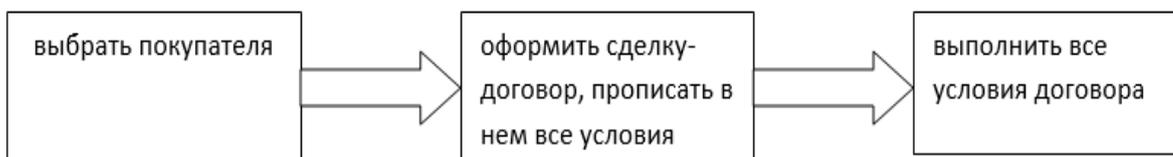


Рисунок 1 – Процесс обмен собственностью и услугами в рамках внешней среды [22]

Все эти действия направлены на получение прибыли, а когда договор оформляется с зарубежными контрагентами, эти действия можно считать, как ВЭД организации.

ВЭД проявляется на уровне как правительственных организаций и структур, так и народного хозяйства. Во-первых, ориентирована на создание фундамента для сотрудничества на международной арене, формирование политических и коммерческих инструментов, стимулирующих рост и совершенствование коммуникации. Во-вторых, возникает при оформлении и реализации всех видов договоров, которые регламентирует в пределах гражданского права [15].

Технико-экономическая кооперация включает участие всех сторон в сфере промышленного и общественного строительства и оказание услуг инженерно-технического вида.

Деятельность во внешней среде в области научно-технической кооперации является обменом результатами в области науки или техники, а также коллективной реализации научно-технической активности. Экономические связи во внешней среде осуществляются путем реализации хозяйственных

операций, т.е. технических методов подготовки и осуществления торгового сотрудничества.

Таким образом, деятельность во внешней среде необходимо рассматривать совместно с оперативно-экономическими, структурно-коммерческими, промышленно-хозяйственными элементами предприятий, цель которых экспорт, принимая во внимание выбранные способы и подходы реализации внешнеэкономической стратегии за рубежом.

Таким образом, внешнеторговая деятельность направлена на ведение бизнеса в разнообразных направлениях на международной арене. Внешнюю деятельность предприятия необходимо рассматривать совместно со всеми внутренними элементами предприятий, которые направлены на экспорт, принимая во внимание выбранные способы и подходы реализации внешнеэкономической стратегии за рубежом.

1.2 Понятие внешнеторговой сделки и организация работы внешнеторговой фирмы

Операции на внешних рынках формируются на основе подписанных контрактов или совершаемых сделок. Внешнеторговая сделка возникает на правовой основе, выражающейся через зарубежные коммерческие операции.

Понятие международной торговой операции подразумевает договор (сделку) между участниками (коммерческими предприятиями, организациями), функционирующими в зарубежных странах, в котором прописываются условия поставки необходимого количества продукции и (или) предоставление конкретных услуг. Иными словами, сделка может быть международной, когда юридические адреса сторон по договору зарегистрированы в разных странах [28].

Сделка купли-продажи не является международной, если подписана между участниками уникальной государственной (национальной) группы, хозяйственными структурами (предприятиями), которые территориально

расположены в одной стране (например, между организациями и дочерними фирмами различных государств, находящихся на одной территории).

Так же в ситуации, когда сделка оформлена между участниками, принадлежащими одной национальной группе, хозяйственные структуры которых территориально расположены в разных странах, сделка считается международной.

Отдельно взятую сделку международной торговой операции можно рассматривать как опосредованность от предмета операции:

- купли-продажи продукции;
- купли-продажи результатов интеллектуальной деятельности.

Внешнеторговую операцию можно рассматривать как классификацию в отношении каналов импорта товаров и формой взаимоотношений участников. Сделки бывают следующих видов (рисунок 2) [4]:

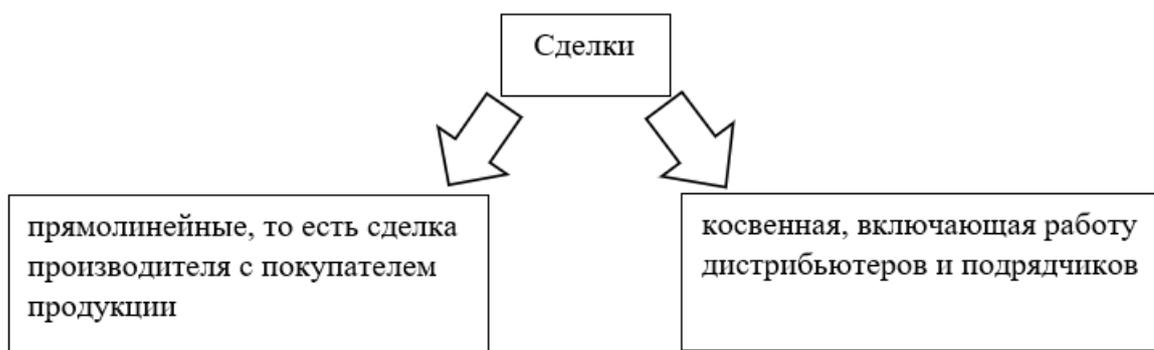


Рисунок 2 – Виды сделок [4]

Внешнеэкономическая деятельность – категория коммерческой организации, где ее основными субъектами являются организации.

Фирмы – это отдельные единицы хозяйственной деятельности, оформленные в юридической форме, которые являются правовой обособленной единицей рынка, различных отраслей экономики, имеющие различный уровень капитала и производства, неоднородных форм собственности и правовых моделей [18].

На таблицах 1 и 2 можно увидеть разнообразие в классификации фирм.

Таблица 1 – Виды фирм (составлена автором на основе источника [18])

Фирмы	По виду предпринимательской деятельности и характеру сделок во внешней среде	Индустриальные
		Сельскохозяйственные
		Агропромышленные
		Коммерческие
		Логистические
		Страховые
	По законодательной форме субъекта	Коммерческие компании
		Некоммерческие субъекты
	По характеру имущества	Государственно-частные
		Государственные
		Частные
		Кооперативные
	По источнику капитала и управлению	Государственные
		Иностранные
Объединенные		
По сфере функционирования	Национальные	
	Зарубежные	

Виды коммерческих и некоммерческих фирм представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Виды коммерческих и некоммерческих фирм (составлена автором на основе источника [18])

Коммерческие компании	Транспортно-экспедиторские
	Инжиниринговые
	Консалтинговые
	Лизинговые
	Маркетинговые агентства
	Объединенные общества с ограниченной ответственностью открытого и закрытого типа, а также общества с дополнительной ответственностью
	Объединения людей для совместной коммерческой деятельности (артели)
	Правительственные муниципальные унитарные организации: казенные организации, унитарных предприятий, включая дочерние унитарные предприятия
Некоммерческие субъекты	Потребительские кооперативы
	Публичные организации
	Объединения (например, товарищества, союзы, федерации, лиги, альянсы).

По характеру реализуемых внешнеторговых сделок участников внешнеэкономической деятельности можно выделить экспортеров и

импортеров, формирующих поставки по каналам сбыта и через дистрибьютеров. К группе экспортеров относятся производители экспортных товаров или услуг, автономно функционирующие на международном рынке [17].

Классификация импортеров представлена на рисунке 3.

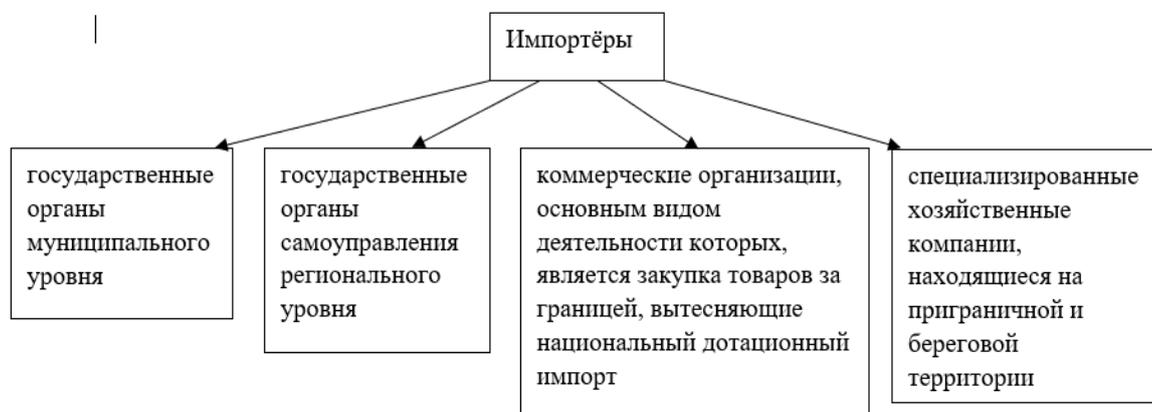


Рисунок 3 – Виды импортёров (составлено автором на основе источника [17])

Рассмотрим каждый вид импортёров отдельно.

Государственные органы муниципального уровня, обеспечивают государственные контракты правительства на закупку товаров первой необходимости (лекарственных препаратов и медицинской техники, специальных типов пищевого сырья, продовольствия, зерна), осуществляемые за счет средств государства;

Государственные органы самоуправления регионального уровня, обеспечивают импорт потребительских товаров за счет средств локальных фондов ради расширения рынка внутри региона и усовершенствования социальной сферы деятельности;

Коммерческие организации, входящие в состав значительных торгово-посреднических компаний и торговых фирм (домов), основным видом деятельности, является закупка товаров за границей, вытесняющие национальный дотационный импорт. Эти организации на текущий момент поставляют до 70 процентов импорта товаров общественного потребления, реализуя

непосредственно за свои средства закупая у производителей экспортеров, используя услуги специализированных контор и зарубежных фирм, в последствии продавая эту продукцию на оптовых и розничных рынках внутри государства;

Специализированные хозяйственные компании, находящиеся на приграничной и береговой территории, гарантирующие повышения количества импортных поставок продукции массового спроса, используя валютные средства в следствии экспортной деятельности с применением рычагов местных ресурсов.

Оформляя договор комиссии, согласно которому одна сторона это – иностранное лицо (комиссионером), организация (комитент) берет обязательства совершить экспортно-импортную деятельность при помощи комитента от лица комиссионера, получая за работу вознаграждение. Сделка по поручению реализуется посредником при заключении договора с зарубежным лицом от доверенного лица (экспортера или импортера) [24].

Самой оптимальной системы для посреднических фирм, услуги которых ориентированы на предприятия – производителей, нацеленных на экспортную политику в нашей стране, не образовалось.

Рассматривая цели и специфику операций во внешней среде, на основе которых, сформированы каналы сбыта, внешнеэкономическая деятельность должна быть разнородной. Базисом для нее могут быть разносторонние внешнеэкономические фирмы, холдинги, содержащие форму акционерных обществ, реализующие на всех этапах процесса формирования и реализации товары для экспорта.

На международной арене фирма является как отдельная структура деятельности производственно-технического разделения труда рынка, сформированная или/и работающая в регламентированной организационно-правовой форме в зависимости от государственной политики и локализации.

Субъекты Российской Федерации владеют правом, в рамках своей компетенции, реализовать в своем государстве внешнеторговую стратегию, ре-

гламентируемую с законами страны, предоставлять последующие денежные гарантии, подписывать договора с зарубежными лицами [22].

Правительство нашей страны обеспечивает реализацию общей политики во внешней среде, основываясь на разрабатываемых системах, реализует меры по охране внутреннего рынка, используя таможенно-тарифные рычаги и количественные принудительные меры путем конкурсного ранжирования льгот и лицензий.

Каждый год в нашей стране реализуются федеральные программы усовершенствования деятельности во внешней среде. В программах прописывается комплекс мер муниципального регулирования экономики внешней среды, а также меры по содействию производству для дальнейшего экспорта, подготовкой экспозиций, а также реализация государственного устройства внешнеторговой статистики и анализа.

Торговые посредники выполняют следующий перечень задач и работ [12]:

- содействие реализации внешнеполитической стратегии РФ в присутствующей стране;
- контроль за осуществлением обязательств, расписанных в интернациональных договорах государств странами – сторонами договора;
- анализ экономики и законодательства государства пребывания, положение местного рынка, или распределение этих данных необходимых для российских производителей;
- оказывают содействие представителям государственных и частных организаций в установлении коммерческих связей и осуществляют помощь в заключении сделок;
- взаимодействие в присутствующей стране деятельности коммерческих организаций и наблюдение за соблюдением законодательных актов РФ;
- оказывают помощь в реализации проведения в государстве узконаправленных экспозиций.

При возникновении нарушения иностранными лицами экономических интересов РФ государство вправе, основываясь на общепринятые законы международного права, реализовать индивидуальные защитные меры. Участники, нарушающие законодательство нашей страны о деятельности во внешней среде, в соответствии с законодательными актами РФ несут гражданско-правовую, административную или уголовную меру наказания [3].

Таким образом, понятие международной торговой операции подразумевает договор (сделку) между участниками, функционирующие в зарубежных странах, в котором прописываются условия поставки необходимого количества продукции и (или) предоставление конкретных услуг. По характеру реализуемых внешнеторговых сделок участников внешнеэкономической деятельности можно разделить на экспортеров и импортеров, формирующих поставки по каналам сбыта и через дистрибьютеров.

1.3 Сущность и методика оценки конкурентоспособности товара и производителя

Решения о выходе на рынок других стран основываются на оценке соответствия компании и продукции требованиям конкурентоспособности. Оценка производится в несколько этапов: товар-производитель-отрасль-производства-государство [1].

Способность товара быть конкурентным – это целый комплекс, состоящий из как ценовых, так и потребительских параметров, определяющих успех товара на рынке. Оценка уровня конкурентоспособности компании может быть произведена в несколько этапов (рисунок 4) [8].



Рисунок 4 – Этапы анализа уровня конкурентоспособности
(составлено автором на основе [8])

Первый этап – это анализ потенциала экспорта компании. В данный этап входят такие процессы, как:

- анализ и оценка возможностей компании;
- определение имеющихся возможностей компании, поставщиков и партнеров;
- оценка возможностей компании с последующим выявлением слабых мест у нее и иных объектов инфраструктуры;
- определение способности внешних рынков «поглощать», использовать и находить покупателей для товаров рассматриваемой компании.

Если предприниматель решит применять инвестиционные модели интернационализации, то тогда объем работы, которую необходимо изучить и разобрать, сильно увеличится.

Второй этап заключается в изучении финансовых и валютных ресурсов.

Развитие внешнеэкономической деятельности, особенно если речь идет о зарубежной компании, имеющей сформированный цикл производства, требует огромных финансовых средств. Уже в рамках начальной стадии налаживания контактов предприниматель может столкнуться с важностью распределения денежных средств на поездки в другую страну, на организацию встреч и т.д.[19].

Третий этап – это оценка имеющихся у компании технологических преимуществ.

Речь идет не только о ноу-хау, но и о патентах, а также об оборудовании, инструментах, приборах, машинах и т.д. Все эти технологические преимущества могут в перспективе стать вкладом компании в уставной капитал.

Также стоит учесть, что в других государствах более сильно развита сеть лизинговых учреждений, предоставляющих в аренду оборудование. Это может снизить расходы на производство [23].

Четвертый этап – это оценка маркетинговой позиции компании на территории рынка другой страны. Или, другими словами, это способность изучаемой компании не только противостоять конкурентам, но и в течение продолжительного периода удерживать долю выпуска на рынке.

Пятый этап – это оценка потенциала кадров, которая может определить, есть ли у компании квалифицированные работники, показать способность работать в стрессовых условиях.

Если учесть, что современный мир ориентируется на способность производителей улучшать товары, для реализации этой цели нужно знать о тех требованиях, которые предъявляются к системе управления качеством на основании сертификации и стандартизации на международном рынке.

Качеством является совокупность параметров объекта. В расчет идут те параметры, которые относятся к способности объекта удовлетворить запросы клиента.

Для повышения конкурентоспособности товара на зарубежном рынке организациям необходимо добиться безупречного качества собственного товара или услуг, основываясь на реализации общепринятых в мире стандартов и сертификатов, а также осуществление процедур подтверждения соблюдения требованиям к его товарам [21].

Стандарт – публично признанный документ, показывающий необходимый результат анализа или прикладного опыта, включающий в себя комплекс мер и предписаний к различным объектам или систематической активности.

Международный стандарт – документ, разработанный и предлагаемый к рассмотрению и применению соответствующей мировой организацией по унификации и стандартизации. Такой вид стандартов выполняет следующую роль в определенных случаях [16]:

- при формировании системы качества в организации (в форме методических источников), что позволяет улучшить уровень конкурентоспособности организации на зарубежном рынке и повысить эффективность работы;

- при совершении контрактов во внешней среде (в форме подтверждения качества товара), в которых покупатель может уточнить условия, чтобы конкретные этапы организации-экспортер и индивидуальные этапы системы оценки качества товара, удовлетворяли все пункты международных стандартов;

- в результате анализа потребителями – политика качества субъекта, поставляющий свой товар, должна удовлетворять регламенту мирового стандарта, в последствии чего получает возможность получить сертификат соответствия;

- при получении или сертификации качества государственным устройством. Экспортер обещает поддерживать соблюдение системы качества своего товара реализации его на рынке.

Говоря о политике качества, стоит учесть, что компания, являющаяся участником ВЭД, должна гарантировать баланс 5 субъектов (рисунок 5) [5]:

- клиентов, чей интерес заключается в балансе между ценой и качеством;

- персонала, чей интерес заключается в хорошей работе и оплате;

- акционеров, чей интерес заключается в устойчивости компании в плане финансов;

- поставщиков, интерес которых направлен на заказы;

- общества, которое заинтересовано в повышении уровня конкурентоспособности.



Рисунок 5 – Баланс субъектов внешнеэкономической деятельности (составлен автором на основе источника [5])

Соответствие между продукцией и требованием к ней должно быть подтверждено сертификацией.

Сертификация, согласно федеральному закону «О сертификации услуг и продуктов», является доказательством того, что продукция компании соответствует предписаниям к продукции.

Сертификацию необходимо осуществлять в таких целях, как:

- формирование условий для работы компании на рынках РФ;
- помощь покупателям в выборе товаров и услуг;
- защита покупателя от плохих товаров;
- контроль за тем, чтобы продукция была безопасной жизнедеятельности людей и природы;
- свидетельство о качестве товаров.

Сертификат безопасности дает гарантию того, что продукция безопасна для людей и природы. Выдается такой сертификат Госстандартом РФ. Такой документ может быть доказательством признания иностранного сертификата в пределах России.

Сертификация продукции состоит из таких этапов, как [26]:

- подача заявления на прохождение и получение свидетельства;

- принятие вердикта;
- отбор, а также идентификация контрольных образцов с их тестированием;
- анализ производства;
- разбор результатов с последующим принятием решения;
- предоставлении сертификации на использование знаков соответствия;
- осуществление инспекционного надзора за той продукцией, которая прошла сертификацию;
- действия корректирующего характера в случае несоблюдения требований качества продукции;
- информирование о сертификации и ее результатах.

Для того, чтобы управление производством было эффективным, важен такой аспект как контроль за создаваемой продукцией. Одним из действенных мер, позволяющих проследить путь от создания продукции до ее реализации – это идентификация.

Идентификация – установление назначения и характера изделия на основании информации, используемой для определения параметров уникальности продукции [31].

В последние годы стали популярными технологии идентификации с помощью компьютерной техники, что минимизируют затраты и повышает трудовую производительность.

Речь идет о таких технологиях, как:

- кодирование по штриху;
- радиочастотные системы;
- визуальное распознавание знаков;
- машинное зрение;
- ввод данных речью и другие.

В интернациональной практике торговли и производства оптимальным решением стало кодирование товаров по штрих-коду. Штрих-код – это четкий рисунок, состоящий из черных полос разной толщины. Штрихи имеющие пробелы между ними – это цифры в коде электронно-вычислительной машине. За счет использования штрих-кодов у каждого товара будет свой знак, который электроника сможет прочесть за несколько секунд [26].

Следует отметить, что решения о выходе на рынок других стран основываются на оценке соответствия компании и продукции требованиям конкурентоспособности. Оценка производится на нескольких этапах: товар-производитель-отрасль производства-государство.

Сформулируем вывод. Оценка соответствия компании и продукции требованиям конкурентоспособности производится в несколько этапов: товар-производитель-отрасль-производства-государство.

Оценка уровня конкурентоспособности компании может быть произведена в несколько этапов. Сначала проводится анализ потенциала экспорта компании, после которого следует изучение финансовых и валютных ресурсов. По заключению этого этапа оцениваются имеющиеся у компании технологические преимущества. Далее проводится оценка маркетинговой позиции компании на территории рынка другой страны. Последний этап заключается в оценке потенциала кадров.

Для повышения конкурентоспособности и подтверждения качества товара на международном рынке проводится сертификация.

2 Анализ импортной и финансово-хозяйственной деятельности по закупке лифтового оборудования на примере компании «Ипсус Логистикс»

2.1 Анализ отечественных и иностранных поставщиков лифтового оборудования на уровне России

Российский рынок производства, монтажа, обслуживания, модернизации лифтового оборудования имеет свои особенности.

По потребителям рынок лифтов и эскалаторов можно поделить на следующие сегменты:

- рынок лифтов – жилой фонд (уже существующий и новое строительство), промышленная недвижимость, коммерческая недвижимость (офисные здания, гостиницы, торговые центры);

- рынок эскалаторов – метрополитен, общественные здания (аэропорты, вокзалы, торговые и развлекательные центры).

Основной сегмент рынка лифтов в России – новое жилищное строительство и жилой фонд, в котором значительная часть лифтов требует замены или модернизации.

С каждым годом в стране увеличиваются темпы ввода лифтов в эксплуатацию. Если в 2014 году их вводилось 35000, в 2018 году – 45000, то в 2019 году, по предварительным данным Национального Лифтового Союза, эта цифра составила 47 тысяч лифтов [31].

Замена в многоквартирных домах устаревших лифтов, у которых срок эксплуатации истек и превышает 25 лет, производится благодаря региональным программам капитального ремонта и проекту ускоренной замены лифтов Минстроя.

В 2017 году в России начала действовать программа ускоренной замены лифтов, которая повлияла на рост продаж лифтового оборудования. Суть программы заключается в том, что поставщик поставляет лифт, а оплату за

него получает с рассрочкой платежа на 36 месяцев по мере накопления средств за счет взносов от населения. Ежегодно около 10 тысяч лифтов достигают предельного срока старения в 25 лет и пополняют парк изношенного оборудования. Благодаря региональным программам капитального ремонта удалось добиться ежегодной замены более 15 тысяч подъемников, что уже перекрывает темпы их старения.

России удалось выполнить взятое на себя обязательство к началу 2020 года привести все отечественные лифты в соответствие с требованиями Технического Регламента Таможенного Союза «Безопасность лифтов».

Обновление лифтового парка в жилых домах не представляется возможным без участия государства, так как замена лифтов силами жильцов потребует от них дополнительных затрат в размере 800-1000 руб. с 1 кв. м жилплощади и не позволяет рассчитывать на их способность решить проблему самостоятельно. Проблема изношенности лифтового парка по всей стране становится с каждым годом все острее и требует участия государства. А для лифтостроителей открываются дополнительные перспективы, возможность участвовать в тендерах на поставку лифтового оборудования, усиливается конкуренция среди производителей. В то же время конечные пользователи лифтов не имеют возможности повлиять на выбор оборудования у подрядчика, потому что решение о подборе оборудования совершает «временный» владелец – застройщик или же управляющая компания. В связи с этим соревнование по признаку «цена-качество» фактически пропадает, и ее место занимает жестокая ценовая конкуренция [35].

Сегодня в России на рынке лифтового оборудования всего несколько крупных игроков. Два из них находятся в Москве – Щербинский лифтостроительный завод (выпускает до 12 тыс. единиц в год) и Карачаровский механический завода (выпускает до 6 тыс. единиц в год). На третьем месте завод, выпускающий до 4 тыс. лифтов в год, который находится в Санкт-Петербурге, принадлежит американской компании OTIS. Остальные лифтовые заводы выпускают не более 1,5 тыс. единиц в год и работают как сбо-

рочные производства. Объемы производства большинства предприятий небольшие. Некоторые выпускают всего по 200 – 250 машин в год. Такие предприятия работают на конкретные регионы, у них высокая степень локации и вся продукция востребована.

Так же одним из основных представителей на российском рынке является белорусский производитель лифтов «Могилевлифтмаш».

Щербинский лифтостроительный завод на российском рынке с 1943 года. Завод является одним из основных производителей и поставщиков подъемного оборудования в России, настолько, что каждый житель нашей страны хоть раз передвигался на лифте их производства. Продукция Щербинского лифтостроительного завода отличается качеством, надежностью и широким ассортиментом, куда входит множество лифтов и подъемников различного назначения:

- пассажирские лифты с применением регулируемых приводов на базе частотных преобразователей, источниками бесперебойного питания, фотобатарей и вызывных кнопок с азбукой Брайля;
- лифты без машинного помещения;
- лифты для инвалидов и других мобильных групп населения;
- линейка различных инвалидных подъемников;
- подъемники для транспортирования автомобилей в многоэтажных гаражах;
- сертифицированные двери шахты в противопожарном исполнении с различными пределами огнестойкости;
- грузовые лифты во взрывозащищенном исполнении;
- энергосберегающие технологии.

В своей работе завод использует передовые технологии, новейшее высокоточное оборудование и современные дизайнерские решения. Щербинский лифтостроительный завод постоянно участвует в различных конкурсах и выставках лифтостроительного оборудования и основывает свою работу на мнениях и отзывах покупателей. В своих лифтах они используют энергосбе-

регающие технологии, источники бесперебойного питания, фотобарьеры и многие другие инновации. Обладая достаточными высокотехнологичными производственными мощностями, Щербинский лифтостроительный завод способен удовлетворит желания самых взыскательных клиентов в области лифтостроения [37].

Одним из ключевых предприятий по производству и обслуживанию лифтов и сопутствующего оборудования в России ПАО «Карачаровский механический завод» было основано в 1950 году. Надежное качество и высокая репутация продукции КМЗ обоснована многолетним опытом компании в отрасли лифтостроения и подтверждается большим спросом на продукцию завода. Предприятие неоднократно удостоивалось наивысших наград, знаков отличия и признания на интернациональных выставках.

Лифтовое оборудование Карачаровского механического завода эксплуатируется в Российской Федерации и за рубежом уже многие годы. За свою 70-летнюю историю завод изготовил более 260 000 лифтов. В частности, в Москве изделия КМЗ установлены на большинстве строительных объектов. Стальные и алюминиевые сооружения производства КМЗ были задействованы при возведении и отделке Кремлевского Дворца съездов, телебашни «Останкино», Третьяковской галереи, кинотеатров «Россия», «Октябрь», «Мир» и многих других зданий и металлических сооружений разного назначения. Оборудование предприятия используется также и на объектах особого назначения, таких, как Храм Христа Спасителя, Государственный Кремлевский дворец, мемориал на Поклонной горе. Завод сыграл значительную роль в отечественной отрасли освоения космоса.

Потоковое производство лифтов, которое впоследствии стало визитной карточкой завода, было начато в 1957 году. С тех пор марка КМЗ приобрела широкую известность и стала олицетворять продукцию под знаком высокого качества как для профессиональных строителей и работников ЖКХ, так и для простых граждан, для которых лифт производства КМЗ стал частью их ежедневной жизни. Лифты Карачаровского механического завода создаются по

высоким технологическим стандартам с самыми разными техническими характеристиками и дизайном. Лифты ПАО «КМЗ» установлены в каждом городе Российской Федерации, а также высоко востребованы в странах СНГ, Восточной Европы и Кубы. Предприятие «Карачаровский механический завод» выпускает большой спектр лифтового оборудования:

- модельный ряд «Протон» грузоподъемностью 400 кг, 630 кг, люкс – 400 кг; эконом – 630 кг;
- пассажирские лифты грузоподъемностью 400 кг; 630кг; 1000 кг;
- грузовые лифты грузоподъемностью от 500 до 5000 кг;
- малые грузовые лифты грузоподъемностью от 100 кг;
- больничные лифты грузоподъемностью 500 кг;
- модули управления.

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации в 2020 году включило ПАО «КМЗ» в перечень системообразующих предприятий РФ. Карачаровский механический завод в настоящее время является крупнейшим работодателем Московского региона, предоставляя работу более 1000 человек [41].

В 2018 году Щербинский лифтостроительный завод перешел под управление государственной структуры – Акционерного общества «Дом.рф».

На базе ЩЛЗ планируют создать холдинг, куда войдут Карачаровский механический завод и Серпуховский лифтостроительный завод. Возможно, что к холдингу ещё привлекут ООО ПКФ «Сиблифт». В итоге «Дом.РФ» будет контролировать свыше 40% рынка производства лифтов в России [34].

Объединение самых крупных лифтостроительных заводов приведет к монополии на рынке лифтов для нужд капитального ремонта, уменьшению количества активных игроков на этом рынке. Как следствие, будет снижаться конкуренция, начнут расти цены, качество производства лифтов и обслуживающих их услуг будет снижаться. Все эти факторы отрицательно повлияют на безопасность лифтов.

Фактически, государство консолидирует производителей лифтов, которые получают возможность в полной мере пользоваться государственной поддержкой. Ещё в 2016 году Минпромторг РФ рекомендовал региональным фондам капитального ремонта многоквартирных домов осуществлять приоритетное внедрение российского лифтового оборудования [43].

Если учесть поданный в Госдуму законопроект о распространении на всю Россию московской реновации и нацпроекты, которые предусматривают строительство жилой и нежилой недвижимости, то у лифтового холдинга появится возможность для наращивания производства и импортозамещения иностранных агрегатов. А пострадать от такой консолидации рискует белорусский завод «Могилёвлифтмаш», который занимает примерно третью часть лифтового рынка России [44].

Могилевский лифтостроительный завод первые лифты произвел в 1970 году. В 1992 году руководством было принято решение изменить производственную политику и перейти от крупного производства к мелкосерийному и индивидуальному изготовлению лифтов.

ОАО «Могилёвлифтмаш» – самое крупное предприятие по производству лифтов на постсоветском пространстве. На сегодняшний день насчитывается около 180 базовых моделей лифтов:

- пассажирские лифты грузоподъемностью 225, 300, 320, 400, 500, 630, 1000 и 1275 кг со скоростью движения до 2,0 м/с;
- грузовые лифты грузоподъемностью 100, 250, 500, 1000, 2000, 3200, 5000 и 6300 кг;
- больничные лифты грузоподъемностью 500, 630, 1000, 1275, 1600 кг;
- коттеджные лифты грузоподъемностью 225 кг.

Белорусским заводом представлен широкий ассортимент запасных частей и оборудование для модернизации морально устаревших и физически изношенных лифтов.

ОАО «Могилёвлифтмаш» также выпускает:

- подъемники для физически ослабленных лиц;
- эскалаторы и траволаторы (движущиеся бесступенчатые дорожки);
- строительные подъемники и измельчители мелколесья (мульчировщики)
- потребительские товары [38].

Основным рынком сбыта ОАО «Могилёвлифтмаш» был и остается российский рынок, на долю которого приходится более 70% экспорта.

В 2015 году в Санкт-Петербурге открыто совместное предприятие по производству лифтового оборудования ООО «МЛМ Невский Лифт» – белорусско-российское сборочное производство с мощностью сборочного производства тысяча лифтов в год.

В октябре 2018 года ОАО «Могилёвлифтмаш» и ООО ПО «НЛМ» (Электросталь, Россия) подписали контракт о поставках продукции на 500 млн российских рублей [36].

В мае 2019 года белорусское ОАО «Могилёвлифтмаш» и российское АО «Воздухотехника» запустили совместное производство лифтов в Москве.

В июле 2019 года белорусский завод и ООО «БелТрансЛифт», расположенное в Новоусманском районе Воронежской области, подписали крупный контракт на поставку лифтового оборудования в Воронежскую область.

Министерство промышленности Беларуси отстаивает интересы ОАО «Могилёвлифтмаш» на российском рынке. Высокое качество и конкурентоспособность могилевских лифтов подтверждается ростом спроса на продукцию завода. По всей России открыто множество официальных дилерских центров, порядка 40 сервисных центров, в том числе в Краснодаре ООО «Южная лифтовая компания». Созданы совместные предприятия. Все это позволяет не терять позиции на российском лифтовом рынке.

Проанализировав ситуацию на рынке лифтов для нового жилищного строительства и существующего жилого фонда, можно сделать вывод: Щербинский лифтостроительный завод и Карачаровский механический завод вместе с белорусским производителем ОАО «Могилёвлифтмаш» практиче-

ски полностью контролируют рынок лифтов эконом-класса, ключевыми потребителями которых являются муниципальные заказчики. Спрос на продукцию этих производителей обусловлен бюджетностью.

Коммерческая недвижимость – еще один сегмент рынка лифтов, который порождает спрос на высококачественное лифтовое оборудование. Строительство бизнес-центров, крупных торговых комплексов, гостиниц порождает спрос на дорогие лифты повышенной комфортности и классного дизайна. В сегменте коммерческого строительства большую долю занимают иностранные производители. Самыми популярными на российском рынке являются: Американская OTIS Elevator Company, финская Kone Corporation, немецкая ThyssenKrupp и греческая Kleemann Hellas. Эти компании изготавливают лифты разного уровня сложности: от базовых пассажирских до сверхскоростных и роскошных панорамных. Именно лифты этих производителей признаны самыми надёжными в мире.

OTIS – самый крупный и известный в мире производитель лифтов, подъемников, эскалаторов и траволаторов. Компания имеет заводы и партнеров по всему миру, производит лифты и подъемное оборудование, модернизирует, обслуживает и устанавливает. Модели лифтов компании OTIS варьируются от простейшего лифта для коттеджа до сверхтехнологичного лифта для небоскреба.

В компании OTIS трудится более 62 000 сотрудников, 53000 из которых в различных странах за пределами США. Практически каждый человек в мире хотя бы раз передвигался на лифте или эскалаторе OTIS. По всему миру на сегодняшний день установлено более 2 миллионов лифтов этого производителя. Продукция компании активно используется в более чем 200 странах [52].

Финская корпорация KONE – одна из крупнейших мировых производителей лифтов, подъемников, эскалаторов и траволаторов. Ее продукция поставляется во многие страны мира, а офисы и представительства открыты уже в 60 странах. Корпорация KONE обслуживает более 500 тысяч клиентов,

имеет восемь крупных центров исследований и разработок, семь крупных производственных площадок, а также сеть авторизованных дистрибьюторов по всему миру.

Последние 75 лет компания KONE успешно сотрудничает с Россией через собственные офисы и сеть дистрибьюторов более, чем в 40 городах. Подъемное оборудование KONE присутствует во всех сегментах рынка: жилые здания, отели, офисы, торговые и транспортные центры, аэропорты, больницы, учреждения культуры и спорта.

Корпорация KONE на рынке с 1910 году и все это время производимая продукция отвечает передовым требованиям подъемного оборудования и обеспечивает максимальную безопасность и комфорт потребителей.

KONE предлагает инновационные и экологичные пассажирские и грузовые лифты для зданий различной этажности, от малоэтажных и средних до самых высоких небоскребов, которые можно установить, как в новых зданиях, так и в тех, где лифты требуют модернизации, а также в существующих зданиях без лифтов.

Компания производит лифтовые подъемники как пассажирские, так и грузовые лифты. Популярным вариантом стали грузопассажирские лифты расширенной функциональности, в которых можно перевозить как людей, так и грузы средней тяжести и габаритности.

Среди современных наработок корпорации KONE большой популярностью пользуются лифты с безредукторным приводом. Такая конструкция позволяет экономить больше 50% электроэнергии, смазочные материалы, которые используются обычными редукторными двигателями. Кроме экономии такие приводы отличаются еще и повышенным запасом прочности и предельно просты в монтаже и обслуживании.

При изготовлении лифтов покупателям KONE предлагается выбрать расцветку и отделку кабины, выбрать тип дверей для разной интенсивности пассажиропотока, оформление, освещение, материалы. По сути, можно создать свой уникальный лифт. Также предлагается большое количество до-

полнительных функций, которые можно добавить или отключить по желанию клиента. Кабины лифтов оснащены антимикробными поверхностями для защиты от косвенного загрязнения.

Учитывая сегодняшнюю эпидемиологическую обстановку, корпорация KONE внедряет новые инновационные проекты для здоровья пользователей:

– для улучшения качества воздуха в кабине лифта за счет снижения содержания в воздухе большинства потенциальных загрязнителей, таких как бактерии, вирусы, пыль, запахи используется технология, разработанная НАСА для уменьшения загрязнений из кабины космического корабля;

– дезинфицирующее средство для перил KONE использует ультрафиолетовое излучение для постепенной дезинфекции поручней эскалатора. Непрерывная химическая чистка происходит внутри эскалатора, без риска для пассажиров. Воздействие ультрафиолетового излучения помогает удалить и подавить размножение микроорганизмов, таких как бактерии [50].

За рубежом лифты KONE часто устанавливают в жилых домах. В нашей стране оборудование KONE используется в административных, зданиях, гостиницах, дорогих ресторанах, торгово-развлекательных центрах.

Немецкий концерн ThyssenKrupp работает в разных направлениях, но специализируются на производстве лифтов, эскалаторов и подъемных платформ. Компания была создана еще в 1811 году в Германии, а с 1893 года начато производство лифтов. На сегодняшний день по всему миру расположено множество офисов и заводов этого концерна, главный из которых находится в Германии. Лифты и эскалаторы компании ThyssenKrupp активно используются в 67 странах. С 2002 года открыто представительство по реализации лифтов в России.

Продукция фирмы ThyssenKrupp отличается настоящим немецким качеством. Компания предлагает очень широкий ассортимент продукции разного назначения: пассажирские лифты, скоростные, панорамные, грузовые, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями, эскалаторы и траволаторы. Особой популярностью пользуются пассажирские мо-

дели ThyssenKrupp Synergy и Evolution, которые имеют высокие характеристики и очень комфортны. Для высотных зданий созданы высокоскоростные модели лифтов Sonic, Coupl и TWIN. Лифт Sonic способен двигаться совершенно бесшумно со скоростью 12 м/с, а для безопасности в нем устанавливается аэродинамическая облицовка.

В России лифты ThyssenKrupp установлены в таких известных зданиях, как Останкинская телебашня, все аэропорты, Охотный ряд, а также множество гостиниц, бизнес-центров и жилых домов.

В компании работает более 177 тысяч профессиональных сотрудников [54].

Греция поставляет на российский рынок лифты таких производителей, как компании KLEEMANN и DOPPLER S.A., которые работают с 1983 и 2000 годов соответственно.

Компания KLEEMANN один из лидеров производства лифтового оборудования не только на европейском рынке, но и мировом. Продукция этого производителя представлена более чем в 70 странах. Конечные потребители KLEEMANN получают оборудование в укомплектованном виде уже готовым к монтажу. Этот факт является главным преимуществом компании перед большинством других производителей. На каждом этапе производства все комплектующие проходят многоуровневый контроль качества. Полная техническая совместимость всех системных блоков лифтов обеспечивается современными технологиями при производстве продукции. Все лифтовое оборудование KLEEMANN имеет сертификацию на территории стран Европейского союза, Российской Федерации и стран СНГ.

Производственная линейка подъемного оборудования KLEEMANN очень широка. Компания занимается производством лифтов с электрическим и гидравлическим механизмами подъема, а также с машинным и без машинного помещения. Благодаря большому опыту инженеров, лифты KLEEMANN отличаются надежностью, легкостью установки и удобством обслуживания. Лифты KLEEMANN исключительно гидравлические с пони-

женным уровнем шума. От соседей по большой четверке его отличают долгий срок эксплуатации и возможность работы в условиях перепада температур. Также греческий лифтостроитель производит лифты по индивидуальным расчетам для индивидуального строительства [49].

Греческие лифты KLEEMANN и DOPPLER S.A. отличаются тем, что потребляют немного энергии, предлагают европейское качество по доступной цене.

Обычно производители лифтового оборудования специализируются на выпуске продукции определенного назначения. Конкуренция возникает, когда ассортимент совпадает (таблица 3).

Таблица 3 – Номенклатура поставщиков (составлено автором)

Производитель	Автоматизированные парковочные системы	Автомобильные лифты	Больничные лифты	Грузовые лифты	Лифты и подъемники для инвалидов	Малые грузовые лифты	Панорамные лифты	Пассажиры лифты	Скоростные лифты	Траволаторы	Эскалаторы
OTIS					✓		✓	✓		✓	✓
KONE				✓	✓			✓			
ThyssenKrupp				✓	✓			✓	✓		
KLEEMANN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Производители могут выпускать продукцию одного вида, например, пассажирские лифты или грузовые лифты, но разной грузоподъемности, скорости подъема, количества остановок. При совпадении этих параметров у потребителей возникает выбор, а у производителей конкуренция.

В приложении А наглядно показано разнообразие продукции, производимое различными лифтовыми компаниями.

Исходя из вышесказанного однозначно определить лифты какого производителя лучше или хуже невозможно. Вся продукция зарубежных изготовителей хорошего качества, современного дизайна. Ассортимент каждого производителя имеет свои технические характеристики. Помимо марки лифта надо учитывать индивидуальные параметры каждого помещения.

Рынок эскалаторов делится на два примерно равных сегмента – метрополитен и общественные здания (магазины, вокзалы, аэропорты). В Москве соотношение другое – на метрополитене используется порядка 70 % всего парка эскалаторов (в основном туннельные), 30 % – эксплуатируется в зданиях (позэтажные эскалаторы).

Эскалаторы OTIS универсальны, устанавливаются на вокзалах, аэропортах, метро, торговых центрах. Производство OTIS отличается гибкостью и оборудование может изготавливаться по индивидуальным параметрам: необходимый угол наклона, высота подъема, ширина ступеней, внешнее оформление.

Траволаторы OTIS используют в торговых центрах, аэропортах. Изготавливается в двух вариантах, полностью горизонтальным или под наклоном. Обладает специальным покрытием для удобной перевозки тележек. Отличается высоким качеством, долговечностью, безопасностью, надежностью, элегантным дизайном и большим выбором различных функций.

В течение последних нескольких лет на российском рынке увеличивается присутствие китайских производителей: CANNY ELEVATOR GROUP, KOYO Elevator Co, SJEC Corporation, TAISHAN (Shanghai Guotai Elevator Co Ltd.), которые предлагают большой выбор моделей лифтов:

- пассажирские;
- грузовые;
- для жилых домов, отелей, больниц, торговых, офисных центров;
- для малоэтажных коттеджей и многоэтажных зданий;
- с панорамной кабиной, уникальным дизайном;
- с машинным отделением и без него;
- электрические и гидравлические;
- эскалаторов и траволаторов.

Популярность китайского лифтового оборудования объясняется оптимальным сочетанием цены и качества: оно дешевле зарубежных аналогов,

при этом отвечает всем требованиям, предъявляемым к современному подъемному оборудованию:

- энергоэффективность;
- безопасность для человека и окружающей среды;
- надежность и длительный срок службы;
- бесшумная работа, отсутствие сильной вибрации;
- плавный ход.

Цены на китайские лифты зависят от выбранного бренда, комплектации, дизайна и отделки кабины, степени ее огнестойкости, наличия дополнительных функций. При этом стоимость лифтов из Китая будет гораздо ниже, чем у европейских или американских моделей с аналогичными характеристиками [39].

Динамика импорта лифтов и эскалаторов за последние три года отражена на рисунке 6. За последний год объем импорта незначительно снизился, но остается на высоком уровне.

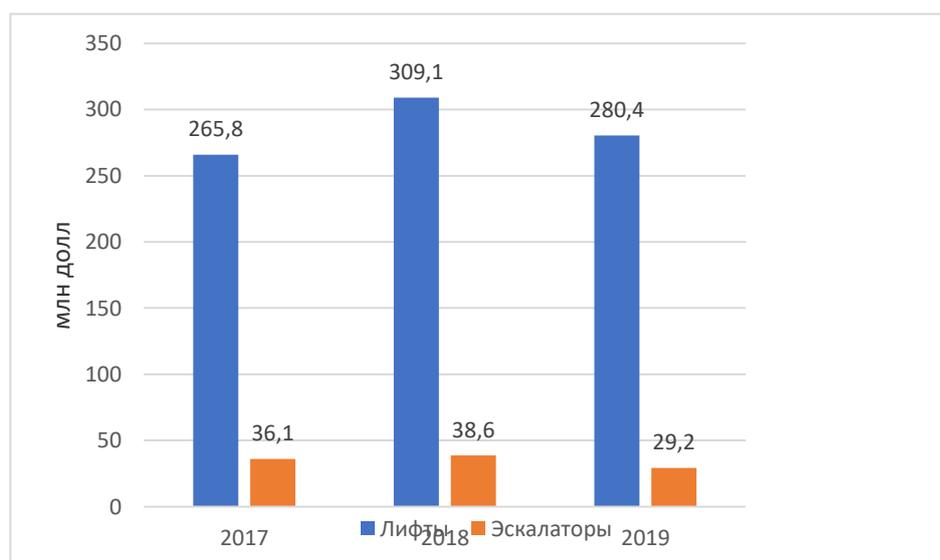


Рисунок 6 – Импорт лифтов и эскалаторов
(составлено автором на основании данных [46])

Между странами-поставщиками лифтового оборудования доли поставок по количеству штук распределились следующим образом: Беларусь – 62%, Китай – 14%, Германия – 9%. На остальные страны приходится 15% импорта лифтов (рисунок 7).

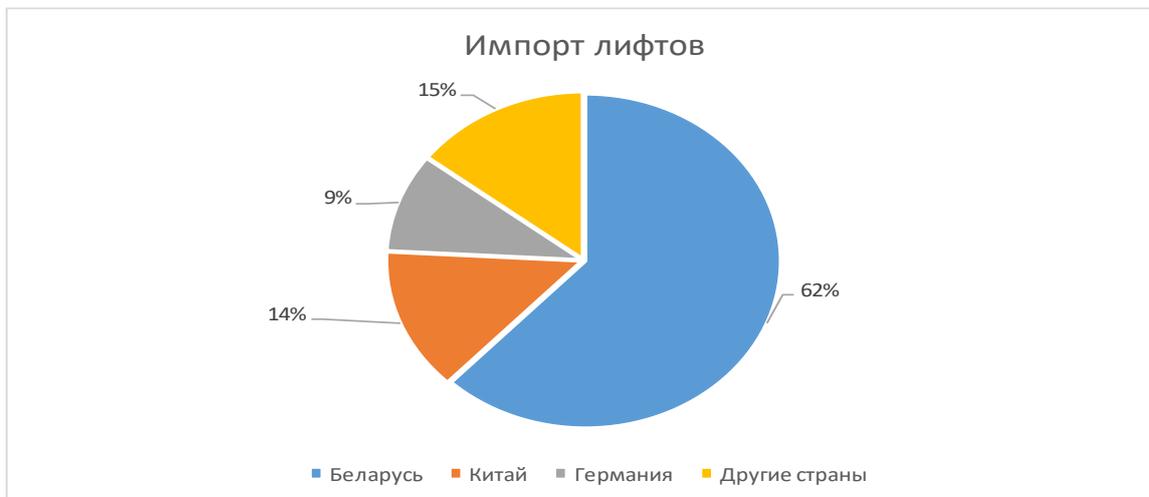


Рисунок 7 – Импорт лифтов в разрезе поставщиков за 2018 г.
(составлено автором на основании данных [46])

Между странами-поставщиками эскалаторов доли поставок по количеству штук распределились следующим образом: Китай – 83,13%, Словакия – 13,41%, Беларусь – 1,56%, Германия – 1,45%. На остальные страны приходится 0,45% импорта эскалаторов (рисунок 8).



Рисунок 8 – Импорт эскалаторов за 2018 г.
(составлено автором на основании данных [46])

Итак, на основании изложенной информации можно сделать следующие выводы:

- на рынке лифтов для жилой недвижимости эконом-класса среди иностранных поставщиков лидирует белорусский завод «Могилевлифтмаш»;
- на рынке лифтов для жилой недвижимости бизнес-класса и коммерческой недвижимости лидируют OTIS Elevator Company, Kone Corporation, ThyssenKrupp и Kleemann Hellas.
- среди иностранных поставщиков эскалаторов лидируют китайские производители.

2.2 Общая характеристика компании ООО «Ипус Логистикс»

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Ипус Логистикс».

Организация зарегистрирована 14 апреля 2016 г.

«Ипус Логистикс» предоставляет полный комплекс услуг, сопутствующих поставке и эксплуатации подъемного оборудования, такого как лифты, эскалаторы, траволаторы, подъемники и парковочные системы. В данный комплекс услуг входят:

- предварительные консультации по выбору оборудования и проектированию строительной части;
- поставка растаможенного оборудования на объект;
- монтажные и пуско-наладочные работы, а также сопутствующие строительные работы;
- диспетчеризация;
- ввод оборудования в эксплуатацию;
- техническое обслуживание;
- разовые ремонты;
- замена и модернизация устаревшего оборудования (частичная и полная);

– поставка запасных частей для подъемного оборудования.

Компания может предложить лифты и эскалаторы импортных и отечественных производителей по конкурентоспособным ценам. Их продуктовая линейка покрывает весь диапазон применения лифтов: пассажирские лифты, грузовые, коттеджные, с машинным помещением и без него, электрические и гидравлические. «Ипус Логистикс» подбирает то оборудование, которое будет отвечать требованиям их клиентов – по цене, характеристикам, срокам поставки.

Ассортимент компании довольно широк. «Ипус Логистикс» поставляет электрические лифты с машинным помещением и без машинного помещения, гидравлические лифты с машинным помещением и без машинного помещения, коттеджные лифты, гидравлические грузовые подъемники.

Основная доля портфеля заказов компании – это жилищное строительство. На него приходится более 80% от общих продаж. На втором месте находятся гостиницы и пансионаты. Далее торговые, развлекательные и деловые центры, частные домовладения.

Компания начинала свою деятельность в г. Геленджике, где сейчас находится большая часть объектов. На данный момент ООО «Ипус Логистикс» работает и в других городах Черноморского побережья, в краевом центре и за пределами Краснодарского края.

На сегодняшний день собственником Организации является физическое лицо, которое так же является руководителем [40].

Персонал ООО «Ипус Логистикс» – это квалифицированные специалисты с высоким уровнем специальной профессиональной подготовки, имеющие большой опыт работы в области строительства и монтажа электрических подъемников.

Организационная структура ООО «Ипус Логистикс» утверждена приказом генерального директора от 14.04.2016 г. (рисунок 9).

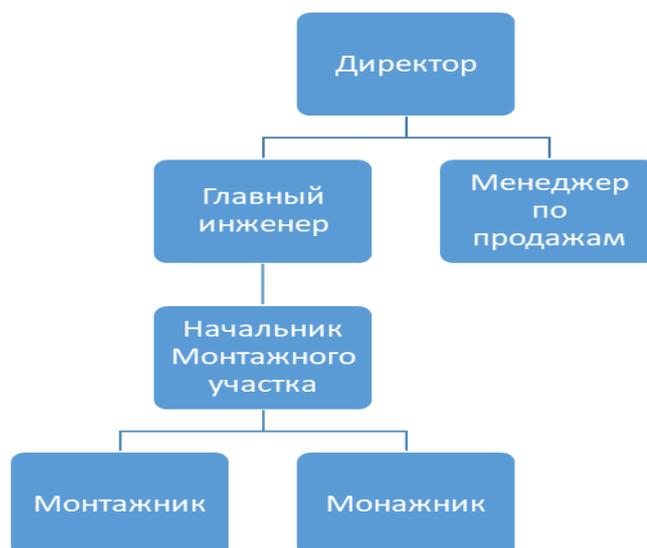


Рисунок 9 – Организационная структура ООО «Ипус Логистикс» [40]

В соответствии с таблицей сделаем выводы. Организационной структурой ООО «Ипус Логистикс» предусмотрены все необходимые отделы и должности для обеспечения качественного оказания услуг Клиентам. При расширении деятельности и увеличении объема оказываемых услуг штат ООО «Ипус Логистикс» будет доукомплектован. Бухгалтерия компании находится на аутсорсинге.

Предприятие является членом Саморегулируемой организации «Краснодарские строители».

В соответствии с частью 6 статьи 55.5 Градостроительного кодекса Российской Федерации обязательным условием членства в Саморегулируемой организации в области строительства является наличие в штате организации по основному месту работы не менее двух специалистов по организации строительства, сведения о которых включены в национальный реестр специалистов в области строительства. В штате ООО «Ипус Логистикс» имеется два таких специалиста, включенных в национальный реестр специалистов в области строительства. Также в штате организации имеется два квалифицированных монтажника электрических подъемников 4 уровня квалификации, своевременно проходящих все необходимые аттестации и

проверки, квалификация которых недавно была подтверждена в центре оценки квалификаций ООО ЦОК «Стандарт».

Профессиональная деятельность ООО «Ипус Логистикс» застрахована Страховым акционерным обществом «ВСК».

Потребителями товаров и услуг ООО «Ипус Логистикс» являются различные застройщики, генподрядчики, гостиницы и санатории, владельцы зданий торгово-офисного назначения, собственники частных домовладений и прочие. Руководитель и главный инженер отслеживают стройки на территории Краснодарского края и посещают их, выдавая коммерческие предложения на поставку и монтаж лифтов и прочего подъемно-транспортного оборудования импортных и отечественных производителей по конкурентоспособным ценам. Предлагаемая продуктовая линейка покрывает весь диапазон применения лифтов:

- пассажирские лифты;
- грузовые;
- коттеджные;
- с машинным помещением и без него;
- электрические и гидравлические.

Специалисты компании всегда подберут то оборудование, которое будет отвечать требованиям заказчика по цене, характеристикам, срокам поставки.

Потребителями ООО «Ипус Логистикс» являются:

1) Юридические лица, физические лица и индивидуальные предприниматели, которым требуется подъемно-транспортное оборудование (лифты, эскалаторы, различные подъемники) и/или работы по его установке и ремонту:

- ООО «ВЕЛЕС ТРЕЙДИНГ» г. Новороссийск;
- АО фирма «Геленджик-Отель» г. Геленджик;
- ООО «Пансионат «Сосновая Роща» г. Геленджик;
- ЗАО пансионат «Приветливый берег» г. Геленджик;

- ОАО «Санаторий «Красная Талка» г. Геленджик;
- ООО «МАЦЕСТАРЕАЛСТРОЙ» г. Краснодар;
- ООО «Морской Бриз» г. Геленджик;
- ООО «Ригель» г. Геленджик;
- ООО «РЛМ» г. Санкт-Петербург;
- ООО «СИБКОМПЛЕКТ» г. Благовещенск;
- ООО «СОК «СПУТНИК» г. Сочи;
- ООО Строительная Компания «Вектор» г. Геленджик;
- ООО «Строй-Инвест» г. Геленджик;
- ООО СЗ «ЮГСПЕЦСТРОЙ» г. Геленджик;
- ИП Приходько Данил Юрьевич г. Геленджик;
- ИП Офляян Сергей Андроникович г. Сочи;
- ИП Немец Виталий Васильевич г. Новороссийск;
- ИП Самуленко Дмитрий Андреевич г. Москва;
- ИП Жиров Дмитрий Андреевич г. Геленджик;

2) лифтовые компании, которые закупают лифтовое оборудования для последующей реализации и монтажа своими силами:

- ООО «ЛИФТ-СЕРВИС 2000» г. Сочи;
- ООО «ЛифтПРО» г. Краснодар;
- ООО «РУССЛИФТ» г. Санкт-Петербург.

Таким образом, опыт и хорошая репутация на рынке способствуют тому, что действующие клиенты возвращаются с новыми заказами и рекомендуют ООО «Ипус Логистикс» в качестве поставщика своим знакомым и партнерам, нуждающимся в лифтовом оборудовании.

2.3 Оценка эффективности работы и финансовых показателей предприятия «Ипус Логистикс»

Для оценки эффективности работы ООО «Ипус Логистикс» проанализируем данные бухгалтерской отчетности за период 2016-2019 гг.

В таблице 4 показана динамика финансовых результатов деятельности ООО «Ипус Логистикс» за период с начала деятельности апреля 2016 года по 2019 год включительно.

Таблица 4 – Динамика финансовых результатов за 2016-2019 гг. (составлено автором на основе [32])

Наименование показателя	Значение показателя, тыс.руб.			
	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Выручка	16 938	93 980	129 370	84 703
Расходы по обычным видам деятельности	-15 984	-91 111	-125 402	-82 261
Прибыль (убыток) от продаж	954	2 869	3 968	2 442
Прочие доходы и расходы	-121	-291	-863	-441
Прибыль (убыток) до налогообложения	833	2 578	3 105	2 001
Текущий налог на прибыль	-167	-503	-632	-415
Чистая прибыль (убыток)	666	2 075	2 473	1 586

В приведенной ниже таблице 5 обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «Ипус Логистикс» за 2017 год и за 2016 год. Необходимо учитывать, что в 2016 году предприятие проработало не полный год, а с момента регистрации – апреля месяца.

По данным «Отчета о финансовых результатах» за 2017 год организация получила прибыль от продаж в размере 2 869 тыс. руб., что составило 3,1% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж выросла на 1 915 тыс. руб., или на 201%.

По сравнению с 2016 годом в 2017 году увеличилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности на 77 042 и 75 127 тыс. руб. соответственно.

Таблица 5 – Анализ финансовых результатов за 2016-2017гг. (составлено автором на основе [32])

Наименование показателя	Значение показателя, тыс.руб.		Изменение показателя	
	Апрель – Декабрь 2016 год	2017 год	тыс. руб. (гр.3 – гр.2)	гр 4*100% / гр 2
1	2	3	4	5
Выручка	16 938	93 980	77 042	455
Расходы по обычным видам деятельности	-15 984	-91 111	-75 127	470
Прибыль (убыток) от продаж	954	2 869	1 915	201
Прочие доходы и расходы	-121	-291	-170	140
Прибыль (убыток) до налого- обложения	833	2 578	1 745	209
Текущий налог на прибыль	-167	-503	-336	201
Чистая прибыль (убыток)	666	2 075	1 409	212

Убыток от прочих операций за весь рассматриваемый период составил 291 тыс. руб., что на 170 тыс. руб. (140%) больше, чем убыток за 2016 год.

В приведенной ниже таблице 6 обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «Ипус Логистикс» за 2018 год и за 2017 год.

Таблица 6 – Анализ финансовых результатов за 2017 – 2018гг. (составлено автором на основе [32])

Наименование показателя	Значение показателя, тыс.руб.		Изменение показателя	
	2017 год	2018 год	тыс. руб. (гр.3 – гр.2)	гр 4*100% / гр 2
1	2	3	4	5
Выручка	93 980	129 370	35 390	38
Расходы по обычным видам деятельности	-91 111	-125 402	-34 291	38
Прибыль (убыток) от продаж	2 869	3 968	1 099	38
Прочие доходы и расходы	-291	-863	-572	197
Прибыль (убыток) до налого- обложения	2 578	3 105	527	20
Текущий налог на прибыль	-503	-632	-129	26
Чистая прибыль (убыток)	2 075	2 473	398	19

По данным «Отчета о финансовых результатах» за 2018 год организация получила прибыль от продаж в размере 3 968 тыс. руб., что составило

3,1% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж выросла на 1 099 тыс. руб., или на 38%.

По сравнению с 2017 в 2018 году увеличилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности на 35 390 и 34 291 тыс. руб. соответственно.

Убыток от прочих операций за весь рассматриваемый период составил 863 тыс. руб., что на 572 тыс. руб. (140%) больше, чем убыток за 2017 год.

В приведенной ниже таблице 7 обобщены основные финансовые результаты деятельности ООО «Ипус Логистикс» за 2019 год и аналогичный период прошлого 2018 года.

Таблица 7 – Анализ финансовых результатов за 2018 – 2019гг. (составлено автором на основе [32])

Наименование показателя	Значение показателя, тыс.руб.		Изменение показателя	
	2018 год	2019 год	тыс. руб. (гр.3 – гр.2)	гр 4*100% / гр 2
1	2	3	4	5
Выручка	129 370	84 703	-44 667	-35
Расходы по обычным видам деятельности	-125 402	-82 261	43 141	-34
Прибыль (убыток) от продаж	3 968	2 442	-1 526	-38
Прочие доходы и расходы	-863	-441	422	-49
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 105	2 001	-1 104	-36
Текущий налог на прибыль	-632	-415	217	-34
Чистая прибыль (убыток)	2 473	1 586	-887	-36

По данным «Отчета о финансовых результатах» за 2019 год организация получила прибыль от продаж в размере 2 422 тыс. руб., что составило 2,9% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль от продаж уменьшилась на 1 526 тыс. руб., или на 38%.

По сравнению с 2018 в 2019 году уменьшилась как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности на 44 667 и 43 141 тыс. руб. соответственно.

Убыток от прочих операций за весь рассматриваемый период составил 441 тыс. руб., что на 422 тыс. руб. (49%) меньше, чем убыток за 2018 год.

Изменение соотношения выручки и чистой прибыли за период 2016 – 2019 гг. наглядно представлено ниже на рисунке 10 [32].

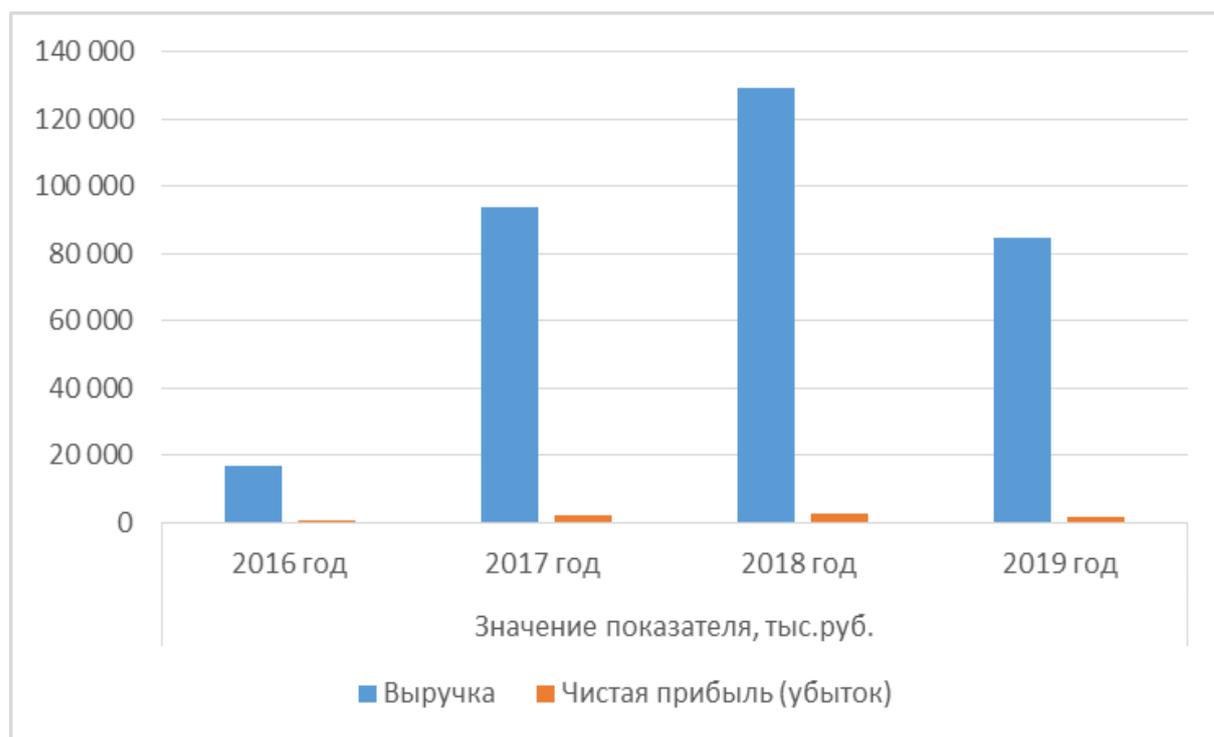


Рисунок 10 – Динамика выручки и чистой прибыли (составлено автором на основе [32])

На основании данных Отчета о финансовых результатах оценим динамику финансовых показателей за период 2016-2019гг. Предприятие начало деятельность в апреле 2016 года, на конец 2016 года выручка составила 16938,0 тыс. руб., чистая прибыль – 666 тыс. руб. По итогам 2017 года все показатели значительно выросли, что свидетельствует о положительной динамике в развитии деятельности предприятия. Выручка за 2017 год увеличилась на 77042,0 тыс. руб., прибыль увеличилась на 1409,0 тыс. руб. По итогам 2018 года также значительно увеличилась выручка, соответственно увеличилась чистая прибыль. По итогам 2019 года выручка уменьшилась на 44667,0 тыс. руб., чистая прибыль уменьшилась на 887 тыс. руб. Данный факт свидетельствует об отрицательной динамике финансовых показателей за последний оцениваемый год (рисунок 11).

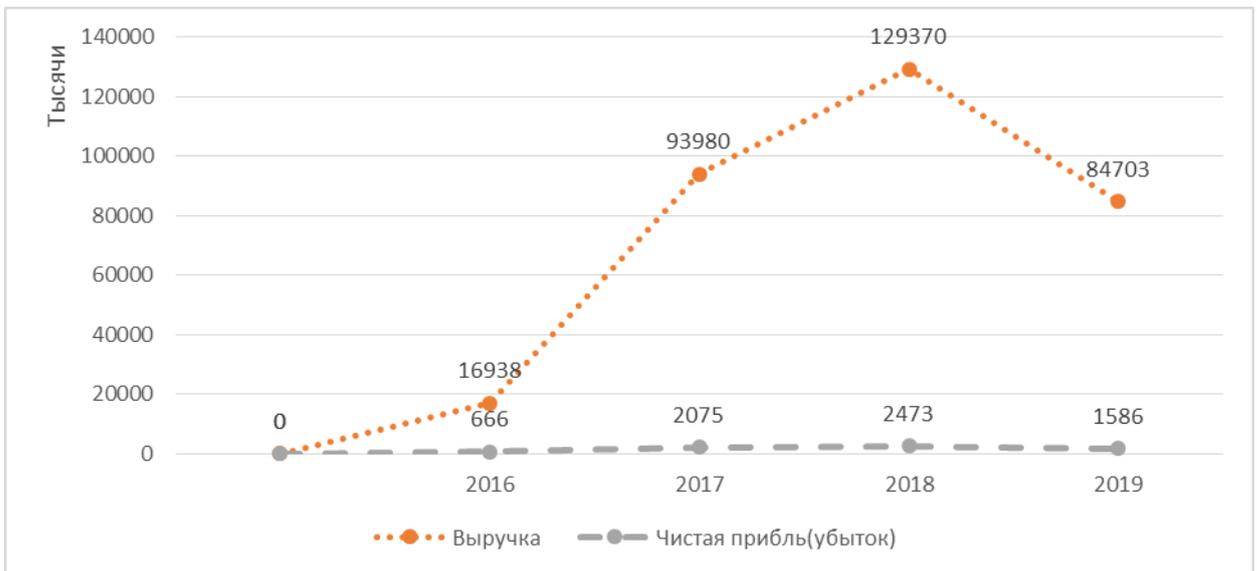


Рисунок 11 – Динамика финансовых показателей
(составлено автором на основе [32])

ООО «Ипус Логистикс» ведет два вида деятельности:

- оптовая торговля подъемно-транспортными машинами и оборудованием,
- монтажные, пуско-наладочные работы.

На рисунке 12 отражается объем выручки по каждому виду деятельности. Основной объем выручки приходится на вид деятельности оптовая торговля подъемно-транспортными машинами и оборудованием.



Рисунок 12 – Анализ выручки по видам деятельности
(составлено автором на основе [32])

На основании анализа данных бухгалтерской отчетности можно сделать следующие выводы: ООО «Ипус Логистикс» первые три года своей деятельности стремительно развивалось. В 2019 году произошел спад, выручка от продаж уменьшилась. Но в целом деятельность предприятия остается прибыльной.

Российский рынок лифтового оборудования развивается параллельно со строительным рынком. Основными конкурентами среди поставщиков лифтов для жилищного строительства эконом-класса являются российские производители и белорусских завод «Могилевлифтмаш». Для жилья бизнес-класса и коммерческой недвижимости строители выбирают иностранных производителей подъемников.

ООО «Ипус Логистикс» - развивающаяся компания на рынке лифтового оборудования. За четыре года деятельности предприятие заняло свою нишу среди поставщиков строительных фирм в курортных городах Краснодарского края. Основной доход ООО «Ипус Логистикс» получает от продажи лифтового оборудования. Также компания оказывает монтажные и пуско-наладочные работы поставляемого оборудования.

3 Развитие внешнеторговой деятельности предприятия «Ипус Логистикс»

3.1 Анализ поставщиков ООО «Ипус Логистикс»

Поставщиками ООО «Ипус Логистикс» подъемно-транспортного оборудования для последующей реализации на внутреннем рынке РФ являются как российские, так и зарубежные заводы-изготовители.

DOPPLER S.A. (Греция) – европейский производитель лифтов из Греции, на рынке лифтового оборудования с 2000 года. На территории Греции компания DOPPLER S.A. имеет несколько производств, офисов, представительств и складов. Став самым популярным и крупным производителем в своей стране, компания заявила о себе на мировом рынке. Сегодня компания DOPPLER S.A. имеет представительства на Кипре, в Италии, Объединенных Арабских Эмиратах, Германии, Румынии, Индии и реализует свою продукцию в 60 стран, в том числе и в Россию. Лифтовое оборудование DOPPLER S.A. гарантировано высокого качества, при его производстве используются передовые технологии, отличается безупречной надежностью. Потребителям предлагается широкий выбор дизайнерских вариантов.

Лифты производства компании DOPPLER S.A. приобретались по заказам клиентов для установки в отелях, пансионатах, частных коттеджах, многоквартирных домах бизнес-класса г. Геленджика и Сочи [48].

SJEC Corporation (Китай) – Компания Suzhou Jiangnan Jiajie Elevator Co., (SJEC) с 1992 года. занимается производством, дизайном, техническим обслуживанием лифтов, эскалаторов, траволаторов. Каждый год производится 15 тысяч лифтов и 5000 тысяч эскалаторов и траволаторов, которые поставляется по всему миру более чем 100 стран. Завод SJEC является одним из крупнейших в мире производств полного цикла по лифтовому и эскалаторному оборудованию. Вся продукция, выпускаемая предприятием SJEC, проходит контроль качества CE и EMC в Германии (TüV). Лифты, эскалаторы,

траволаторы производства SJEC установлены при строительстве объектов к Олимпийским играм в Ванкувере, Пекине, Рио-де-Жанейро, Сочи, Лондоне и другим значимым международным выставкам и мероприятиям. Продукция SJEC энергосберегающая, отличается современными техническими характеристиками, инновационными идеями, качественным сервисом.

Эскалаторы производства SJEC приобретались по заказу клиента для дальнейшей установки в апартамент-отеле г. Новороссийска [53].

Компания Kunshan KOYO Elevator Co., Ltd.(Китай) производит лифты, эскалаторы, траволаторы, автоматизированные парковки для автомобилей. Все это оборудование компания устанавливает, обслуживает, ремонтирует, модернизирует. Продукция KOYO отличается исключительным качеством, безопасностью, экономичностью, стабильной работой и удобными системами контроля.

Лифты производителя Kunshan KOYO Elevator Co., Ltd приобретались для установки в отель г. Сочи [51].

Поставщиками ООО «Ипус Логистикс», являются российские заводы-изготовители и их дистрибьюторы.

ООО «ОТИС Лифт» на территории Российской Федерации является крупнейшим производителем лифтов для разного типа зданий. Выпускаются как экономичные модели, так и высокотехнологичные. При этом установлен один и тот же уровень качества, российские лифты ничем не отличаются от произведенных в других странах.

Компания производит качественные и удобные подъемники для инвалидов, которые активно используются по всей России. Подъемники изготавливаются для разных целей и бывают наклонные и вертикальные, используются для перемещения людей с ограниченными возможностями, передвигающихся с помощью инвалидных кресел через лестницы. Применяются в жилых домах, общественных зданиях или на улицах. После применения подъемник автоматически складывается и освобождает место для остальных людей на лестнице. Складывается подъемник автоматически, в

сложенном виде занимает очень мало места, всего 23,7 см. Очень легко и просто монтируется, может быть установлен даже в зданиях, где совершенно не предусмотрен лифт.

Компания OTIS в лице своего представителя ООО «ОТИС Лифт» является российским производителем. В России производится более 85% комплектующих, на производстве и сервисе работают российские специалисты, колебания курсов валют не влияют на этого производителя. Поэтому компания OTIS конкурентоспособна на российском рынке. В ценовом отношении продукция OTIS дороже, чем лифты российских производителей. Но разница в цене окупается качеством и безопасностью в эксплуатации.

У компании OTIS три производства в России: в Санкт-Петербурге, в Щербинке и в Москве, порядка 60 представительств в разных регионах. Сегодня OTIS – единственная из российских компаний с зарубежными корнями, которая имеет в России производство полного цикла [52].

Продукция ООО «ОТИС Лифт» приобреталась по заказу клиентов для установки в многоквартирных домах жилых комплексов и отелях г. Геленджика.

ООО «ЛифтПРО» – краснодарская компания, которая предлагает лифтовое оборудование российских и зарубежных производителей, предоставляет услуги по его монтажу. У этого поставщика были приобретены лифты Карачаровского механического завода по заказу клиента для установки в многоквартирном жилом доме в г. Геленджика [42].

Всего у поставщиков за период 2016-2019 гг. было приобретено 206 штук лифтов и эскалаторов. Ниже на рисунке 13 показано, что больше всего лифтов было приобретено у компании DOPPLER S.A., а меньше всего у КОУО.

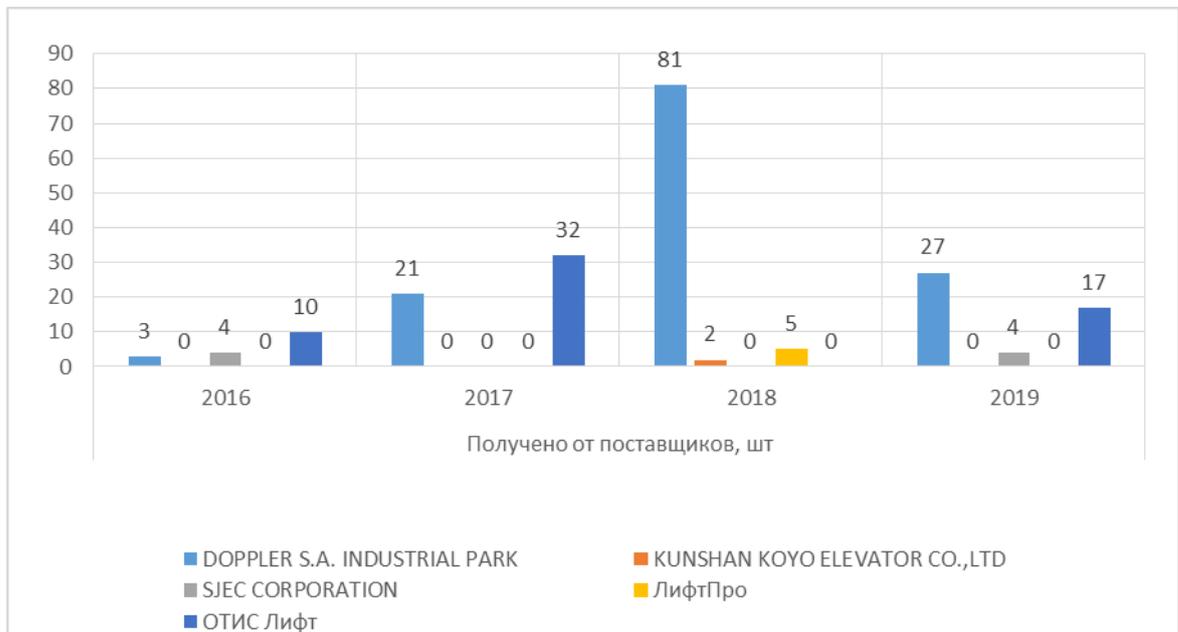


Рисунок 13 – Номенклатура в количественном выражении в разрезе поставщиков (составлена автором на основе [32])

Всего у поставщиков за период 2016-2019 гг. было приобретено лифтов и эскалаторов на сумму 256 910,5 тыс. рублей. Ниже на рисунке 14 показано, что на самую большую сумму лифтов было приобретено у компании DOPPLER S.A., а на самую меньше сумму у компании KOYO.

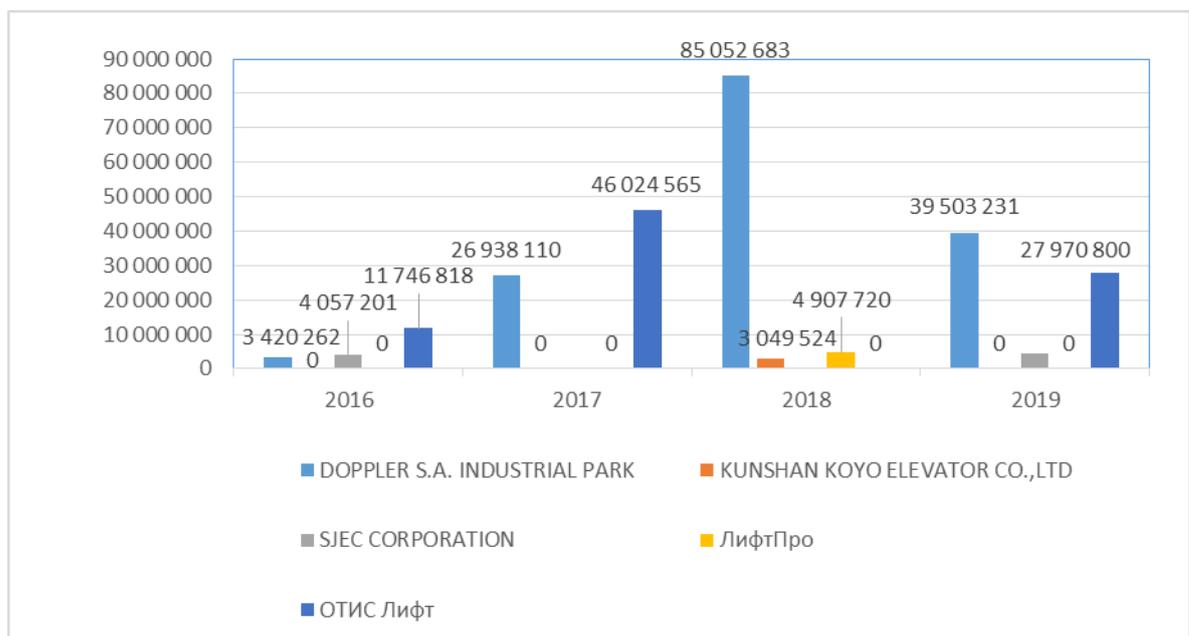


Рисунок 14 – Номенклатура в денежном выражении (составлена автором на основе источника [32])

Ниже на рисунке 15 показано распределение долей между российскими и иностранными поставщиками от общей суммы поставок в рублях.

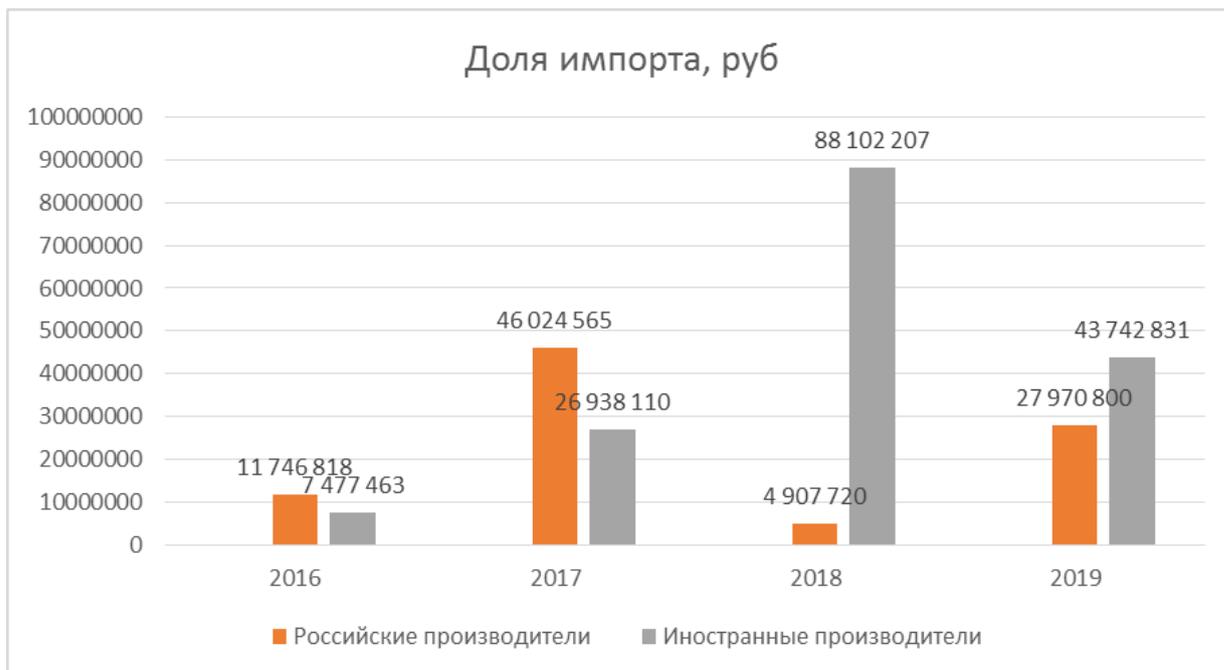


Рисунок 15 – Доли поставок в разрезе поставщиков в суммовом выражении (составлено автором на основе источника [32])

Ниже на рисунке 16 показано распределение долей между российскими и иностранными поставщиками от общей суммы поставок в процентах.



Рисунок 16 – Доли поставок в разрезе поставщиков в % (составлено автором на основе источника [32])

Таким образом, за период 2016-2019 гг. больше всего лифтового оборудования ООО «Ипус Логистикс» закупило у иностранных компаний. Компания DOPPLER S.A. является основным поставщиком ООО «Ипус Логистикс».

На рынке Краснодарского края несколько фирм, которые конкурируют между собой предлагая лифтовое оборудование одних и тех же производителей, а также сопутствующие монтажные и технические услуги.

ООО «Ипус Логистикс» предлагает лифтовое оборудование европейского качества по доступной цене. А что особенно важно, по индивидуальным расчетам для любых объектов.

В свою очередь у конкурентов хорошо развито направление монтажных работ, различного технического обслуживания. ООО «Ипус Логистикс» тоже производит монтажные работы своим покупателям лифтов. Необходимо обратить внимание и развивать техническое обслуживание установленного и эксплуатируемого оборудования, все технические и правовые возможности для этой деятельности имеются.

3.2 Анализ конкурентных условий компании «Ипус Логистикс»

На российском рынке всего несколько крупных производителей лифтового оборудования и много небольших предприятий. Продукция и тех, и других востребована и находит своего покупателя. Так и среди компаний, предлагающих к продаже лифтовое оборудование есть крупные игроки, а есть и поменьше. Одни предлагают широкий ассортимент российских и иностранных производителей. Другие являются официальными представителями определенных заводов-изготовителей и предлагают побольшей части только их продукцию.

На юге России несколько компаний, которые помогут приобрести лифт или эскалатор. Но не все смогут предложить модель, подходящую Вам по всем параметрам.

Одним из конкурентов ООО «Ипус Логистикс» является лифтовая компания АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ», главный офис которой расположен в г. Ростов-на-Дону. Эта крупная компания с 60-летней историей имеет отделения и филиалы в Ростовской области, Краснодарском крае, Республике Адыгея, Ставропольском крае, Кабардино-Балкарской республике и республике Калмыкия, в которых трудятся порядка 600 сотрудников. АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ», как и ООО «Ипус Логистикс», предлагает к продаже лифты и эскалаторы отечественных и зарубежных производителей. Данная компания является официальным представителем Щербинского лифтостроительного завода на юге России. Как известно, оборудование этого производителя недорогое, подходит больше для замены и модернизации лифтов в многоквартирных домах. [45]

В отличие от ООО «Ипус Логистикс», основной деятельностью АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ» является монтаж, техническое обслуживание, модернизация, аварийный ремонт лифтового оборудования.

ООО «Южная лифтовая компания» – является официальным дилером на территории Краснодарского, Ставропольского краев, Кабардино-Балкарской республики и Северная Осетия – Алания, таких производителей лифтового оборудования, как:

- южнокорейская компания Hyundai Elevator;
- белорусский завод «Могилёвлифтмаш»;
- ПАО «Карачаровский механический завод» (г. Москва) [47].

Продукция Карачаровского лифтостроительного завода и ОАО «Могилёвлифтмаш» востребована при замене и модернизации лифтов по программе капитального ремонта многоквартирных домов.

ООО «Южная лифтовая компания» также оказывает сопутствующие продажам лифтового оборудования услуги по монтажу и техническому обслуживанию.

«Ипус Логистикс» также конкурирует с ООО «СМУ Лифтстрой», крупнейшим дистрибьютером ПАО «Карачаровский механический завод» на территории Краснодарского края.

Но все же основная деятельность ООО «СМУ Лифтстрой» – это не торговая, а производственная деятельность, а именно:

- монтаж подъемно-транспортного оборудования (лифтов и эскалаторов);
- техническое обслуживание;
- замена и модернизация лифтов в многоквартирных домах, отработавших нормативный срок;
- диспетчеризация;
- аварийное обслуживание.

Для наглядности сравнения составлена таблица 8 услуг, предоставляемых конкурентами ООО «Ипус Логистикс».

Таблица 8 – Услуги конкурентов (составлено автором)

Наименование предоставляемых услуг	АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ»	ООО «Южная лифтовая компания»	ООО «СМУ Лифтстрой»	ООО «Ипус Логистикс»
Поставки лифтового оборудования	✓	✓	✓	✓
Монтаж	✓	✓	✓	✓
Техническое обслуживание	✓	✓	✓	✓
Диспетчеризация	✓	✓	✓	✓
Аварийно-техническое обслуживание	✓		✓	
Модернизация	✓		✓	✓

Если в целом сравнивать лифтовое оборудование, предлагаемое к продаже конкурентами, вырисовывается следующая картина: все три компании предлагают недорогие модели эконом класса, которые безусловно востребо-

ваны на рынке юга России. ООО «Ипус Логистикс» в свою очередь может предложить продукцию фирмы OTIS с такими же параметрами.

Предлагаемая модель OTIS будет стоить немного дороже, но качество продукции OTIS выше, работать такое оборудование будет дольше, а затрат на техническое обслуживание потребуется меньше (таблица 9).

Таблица 9 – Сопоставление параметров пассажирских лифтов (составлено автором)

Наименование производителя	Модель	Грузоподъемность	Скорость	Предлагает на рынке
OTIS	2000R	400-1000 кг	1 – 1,6 м/с	Ипус Логистикс
Могилеский завод лифтового машиностроения		400-1000 кг	1 – 2 м/с	Южная лифтовая компания
Карачаровский механический завод	Протон	400-1000 кг	0,71 – 1,6 м/с	СМУ Лифтстрой
Щербинский лифто-строительный завод		до 1000 кг	0,71 – 2,5 м/с	Союзлифтмонтаж-ЮГ

Для сопоставления объемов оказываемых услуг между конкурентами, необходимо сравнить выручку (таблица 10).

Таблица 10 – Сравнение объема выручки среди конкурентов (составлено автором)

Наименование поставщика	Выручка, тыс. руб.			
	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ»	855 963	899 929	917 780	нет данных
ООО «Южная лифтовая компания»	154 554	77 631	64 615	нет данных
ООО «СМУ Лифтстрой»	256 442	315 068	383 941	397 122
ООО «Ипус Логистикс»	16 938	93 980	129 370	84 703

Из данной таблицы понятно, что АО «Союзлифтмонтаж-ЮГ» и ООО «СМУ Лифтстрой» стабильно развиваются, а деятельность ООО «Южная лифтовая компания» заметно снизилась. ООО «Ипус Логистикс» самая молодая компания среди конкурентов, довольно быстро развивалась до 2019 года, затем объемы продаж пошли на спад. Учитывая сложившуюся ситуацию с ООО «Южная лифтовая компания» есть возможность расширить свою деятельность занять освободившуюся часть рынка.

На рынке Краснодарского края несколько фирм, которые конкурируют между собой предлагая лифтовое оборудование одних и тех же производителей, а также сопутствующие монтажные и технические услуги.

В свою очередь, у конкурентов хорошо развито направление монтажных работ, различного технического обслуживания. ООО «Ипус Логистикс» тоже производит монтажные работы своим покупателям лифтов. Необходимо обратить внимание и развивать техническое обслуживание установленного и эксплуатируемого оборудования, все технические и правовые возможности для этой деятельности имеются.

3.3 Рекомендации по совершенствованию внешнеторговой деятельности предприятия ООО «Ипус Логистикс»

ООО «Ипус Логистикс» – молодая развивающаяся компания, имеющая множество возможностей в сфере продаж подъемно-транспортного оборудования, является участником внешнеторговой деятельности, успешно сотрудничает с иностранными производителями.

Предприятие начало свою деятельность в апреле 2016 года и уже в первый год работы ее выручка составила 16,9 млн. руб. В 2017 и 2018 годах компания развивалась, выручка стабильно росла и в 2018 году составила 129,4 млн. руб. В 2019 году произошло снижение выручки до 84,7 млн. руб.

Для возвращения стабильности, роста продаж и дальнейшего развития внешнеторговой деятельности предлагаем ООО «Ипус Логистикс» несколько рекомендаций:

- 1) Расширять рынок в новом ценовом сегменте.

С начала деятельности и по сегодняшний день основными потребителями ООО «Ипус Логистикс» являются строительные компании курортных городов черноморского побережья Краснодарского края. Курорты Краснодарского края стабильно развиваются, строятся новые жилые комплексы, отели, частные виллы и коттеджи, торгово-развлекательные комплексы. В

прибрежных городах строятся более дорогие объекты, рассчитанные на туристов, готовых тратить свои деньги на проживание в комфортных условиях. Дорогие объекты требуют соответствующее лифтовое оборудование, на поставке которого можно заработать. Но для объектов эконом-класса тоже требуются лифты. Причем по объему строительства объектов эконом-класса строится больше, следовательно, и требуется большее количество, хотя и не дорогого лифтового оборудования. За счет небольшой наценки, но большего количества проданных лифтов тоже можно хорошо заработать. Рекомендуем ООО «Ипус Логистикс» расширять ценовые границы предполагаемого лифтового оборудования.

В настоящее время проходит множество тендеров на территории всей России. Тендер – это конкурентная процедура выбора одного поставщика (подрядчика) среди нескольких под конкретный заказ по параметрам, определенным в техническом задании тендера и тендерной документации. В 90% государственных тендеров опыт никак не влияет на определение победителя. Главное – минимальная цена и соответствие техническому заданию [16]. Представитель компании «Ипус Логистикс» может зайти на официальный сайт «Единой информационной системы в сфере закупок», изучить выложенную там информацию. Приняв участие в тендере, компания получит возможность заявить о себе более широкому кругу потенциальных потребителей и показать свои возможности на рынке лифтового оборудования. Каждый участник тендера заранее знает цену заказа и может не подавать заявку на тендер, если она ему невыгодна.

На тендерах компания может продавать свои услуги следующим видам клиентов (заказчиков): государственные и муниципальные организации; крупные коммерческие компании с госучастием типа «Сбербанка» и т.п.; крупные 100%-коммерческие компании, типа «МТС», «НЭСК», представительства зарубежных фирм типа IKEA, PHILIP MORRIS, Nestlé и т. д.

С точки зрения нынешнего законодательства, не имеет никакого значения, какова система налогообложения у вашего предприятия и что ваша ком-

пания из себя представляете: ИП, ООО, ОАО и т. п. У всех равные возможности участия в тендерах [33]. Соответственно, компания «Ипус Логистикс» может наравне с другими лифтовыми компаниями участвовать в различных тендерах как поставщик лифтов иностранного производителя.

Приобретать недорогие лифты для строительства эконом-класса можно у белорусского ОАО «Могилёвлифтмаш». Этому производителя хорошо знают в нашей стране, качеству его продукции можно доверять, а цена на его продукцию ниже, чем у других иностранных компаний. В настоящее время ООО «Ипус Логистикс» сотрудничает с поставщиками более дорогого лифтового оборудования. Начав сотрудничать с новым поставщиком другой ценовой категории, расширится круг потенциальных покупателей, которых эта ценовая категория будет устраивать.

Данная рекомендация повлечет за собой расширение рынка поставщиков, в том числе иностранных.

Для развития внешнеторговой деятельности ООО «Ипус Логистикс» мы также предлагаем:

2) Расширение географии потенциальных потребителей.

Выход на новый региональный рынок является одной из распространенных рыночных стратегий, которой часто пользуются не только крупные, но и относительно небольшие по размерам торговые предприятия. ООО «Ипус Логистикс» – довольно известная компания на рынке лифтового оборудования. Она может стать представителем иностранных производителей лифтового оборудования в других регионах. Чтобы стратегия выхода на новый региональный рынок была для предприятия успешной, необходимо руководствоваться определенными алгоритмами и методами, которые, в зависимости от специфики торговой деятельности конкретного предприятия, должны быть объединены в определенную технологию выхода предприятия на новый региональный рынок. Для исследования регионального рынка потребителей следует начать с потребительских предпочтений. Главным методом в данном случае является изучение потенциальных клиентов [29].

Для выхода на новый рынок необходимо узнать о существовании проектов, в которых может понадобиться лифтовое оборудование, производимое поставщиками компании. На сегодняшний день данная организация работает только в пределах Краснодарского края, имея заказы на обустройство туристических и развлекательных комплексов. В дальнейшем развитии она может воспользоваться возможностью выйти на рынки других регионов. Для начала можно начать с соседних регионов, например, с Ростовской области или Ставропольского края. Для этого компании необходимо провести несколько исследований: изучить конкурентов, потенциальных потребителей. В Ставропольском крае есть филиал фирмы OTIS, но других зарубежных компаний как DOPPLER S.A., SJEC, KOYO на данном рынке не представлено, соответственно компания «Ипус Логистикс» может открыть своё представительство и заниматься продвижением перечисленных фирм в данном регионе. В будущем «Ипус Логистикс» может заниматься экспортом российского лифтового оборудования в страны ближнего зарубежья, например, в Армению, Грузию и Азербайджан.

На глобальном рынке лифтостроения отмечается непрерывный рост парка лифтов при устойчивой тенденции поиска новых конструктивных решений, отражающих требования рынка и научно-технические достижения в различных отраслях промышленности. Современная производственная база позволяет оперативно реагировать на непрерывно изменяющиеся требования рынка и эффективно удовлетворять различным требованиям заказчиков. Динамичный рост спроса на лифты в стране обусловлен прежде всего бурным ростом жилищного строительства, активным строительством офисных зданий [30].

Для удовлетворения быстро растущего спроса мы рекомендуем ООО «Ипус Логистикс»:

3) Расширять круг поставщиков.

На сегодняшний день основным поставщиком ООО «Ипус Логистикс» является греческий производитель лифтового оборудования DOPPLER S.A.

Стоит обратить внимание на китайских производителей. Продукция китайских производителей все больше завоевывает российский рынок лифтового оборудования. Предлагается большой выбор моделей лифтов, а также эскалаторов и траволаторов дешевле европейских и американских аналогов, но при этом отвечающих всем требованиям, предъявляемым к современному подъемному оборудованию. Компания уже сотрудничает с китайский производителем SJEC,

ООО «Ипус Логистикс» уже имеет положительный опыт сотрудничества с китайскими производителями KOYO Elevator Co, SJEC Corporation. Необходимо и дальше развивать партнерские отношения с этими поставщиками, выходить на других производителей. Цены на китайские лифты зависят от выбранного бренда, поэтому китайской продукции можно также предлагать потребителям различных ценовых категорий.

Расширение круга иностранных производителей несомненно приведет к развитию внешнеторговой деятельности.

Все покупатели являются потребителями не только новой продукции, но и запчастей.

Рекомендем ООО «Ипус Логистикс»:

4) Дополнить ассортимент продаж и помимо лифтового оборудования заняться еще и поставками запчастей.

Уверены, что этот товар будет востребован у компаний, проводящих техническое обслуживание уже установленных лифтов и отвечающих за безопасность при пользовании ими. Техническое обслуживание всех механизмов имеет периодичность, узлы и запчасти необходимо менять не только при фактическом износе, но и через определенный период времени использования. Обслуживающие компании наверняка планируют периодические закупки запчастей. Можно провести переговоры, предложить плановые поставки запчастей. Так как основные поставщики ООО «Ипус Логистикс» иностранные производители, привлечение нового вида товара послужит развитию внешнеторговой деятельности предприятия.

Таким образом, для развития внешнеторговой деятельности рекомендуем ООО «Ипус Логистикс»:

- расширить ценовые границы предлагаемого лифтового оборудования, обратить внимание на объекты эконом-класса;

- расширять географию потенциальных потребителей по всей территории Краснодарского края и в других регионах страны, а также за рубежом;

- расширять круг поставщиков;

- выйти на рынок запчастей.

Данные рекомендаций по совершенствованию деятельности приведут к росту продаж и положительно скажутся на развитии внешнеторговой деятельности ООО «Ипус Логистикс».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внешнеторговая деятельность направлена на ведение бизнеса в разнообразных направлениях на международной арене и её необходимо рассматривать совместно со всеми внутренними элементами предприятий, которые направлены на экспорт, принимая во внимание выбранные способы и подходы реализации внешнеэкономической стратегии за рубежом.

При проведении внешнеторговой деятельности необходимо совершить международную торговую операцию, под которой подразумевается договор (сделка) между участниками, функционирующих в зарубежных странах, в котором прописываются условия поставки необходимого количества продукции и (или) предоставление конкретных услуг. По характеру реализуемых внешнеторговых сделок участников внешнеэкономической деятельности можно разделить на экспортеров и импортеров, формирующих поставки по каналам сбыта и через дистрибьютеров.

Оценка соответствия компании и продукции требованиям конкурентоспособности производится в несколько этапов: товар-производитель-отрасль-производство-государство.

Оценка уровня конкурентоспособности компании может быть произведена в несколько этапов. Сначала проводится анализ потенциала экспорта компании, после которого следует изучение финансовых и валютных ресурсов. По заключению этого этапа оцениваются имеющиеся у компании технологические преимущества. Далее проводится оценка маркетинговой позиции компании на территории рынка другой страны. Последний этап заключается в оценке потенциала кадров.

Для повышения конкурентоспособности и подтверждения качества товара на международном рынке проводится сертификация.

На основании изложенной информации можно сделать следующие выводы:

- на рынке лифтов для жилой недвижимости эконом-класса среди иностранных поставщиков лидирует белорусский завод «Могилевлифтмаш»;
- на рынке лифтов для жилой недвижимости бизнес-класса и коммерческой недвижимости лидируют OTIS Elevator Company, Kone Corporation, ThyssenKrupp и Kleemann Hellas.
- среди иностранных поставщиков эскалаторов лидируют китайские производители.

Российский рынок лифтового оборудования развивается параллельно со строительным рынком. Основными конкурентами среди поставщиков лифтов для жилищного строительства эконом-класса являются российские производители и белорусских завод «Могилевлифтмаш». Для жилья бизнес-класса и коммерческой недвижимости строители выбирают иностранных производителей подъемников.

ООО «Ипус Логистикс» – развивающаяся компания на рынке лифтового оборудования. За четыре года деятельности предприятие заняло свою нишу среди поставщиков строительных фирм в курортных городах Краснодарского края. Основной доход ООО «Ипус Логистикс» получает от продажи лифтового оборудования. На основании анализа данных бухгалтерской отчетности можно сделать следующие выводы: ООО «Ипус Логистикс» первые три года своей деятельности стремительно развивалось. В 2019 году произошел спад, выручка от продаж уменьшилась. Но в целом деятельность предприятия остается прибыльной. Также компания оказывает монтажные и пуско-наладочные работы поставляемого оборудования. ООО «Ипус Логистикс» предлагает лифтовое оборудование европейского качества по доступной цене. А что особенно важно, по индивидуальным расчетам для любых объектов.

На рынке Краснодарского края несколько фирм, которые конкурируют между собой предлагая лифтовое оборудование одних и тех же производителей, а также сопутствующие монтажные и технические услуги.

У конкурентов компании хорошо развито направление монтажных работ, различного технического обслуживания. ООО «Ипус Логистикс» тоже производит монтажные работы своим покупателям лифтов. Необходимо обратить внимание и развивать техническое обслуживание установленного и эксплуатируемого оборудования, все технические и правовые возможности для этой деятельности имеются.

В работе ООО «Ипус Логистикс» даны рекомендации по совершенствованию внешнеторговой деятельности:

- расширить ценовые границы предлагаемого лифтового оборудования, обратить внимание на объекты эконом-класса;
- расширять географию потенциальных потребителей по всей территории Краснодарского края и в других регионах страны, а также за рубежом;
- расширять круг поставщиков;
- выйти на рынок запчастей.

Данные рекомендаций приведут к росту продаж и положительно скажутся на развитии внешнеторговой деятельности ООО «Ипус Логистикс».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. / М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. 252 с.
- 2 Алихашкина, Е.В. Исследование партнёров: выбор и оценка источников поставки // Практический маркетинг. 2018. №3. 147 с.
- 3 Андреанов, В.С. Государственное регулирование и механизмы саморегуляции в рыночной экономике // Экономист. 2017. №5. 56 с.
- 4 Барабанов, М.Е. Промышленная политика России // Мировая экономика и международные отношения. 2018. №11. 49 с.
- 5 Баранов, Ю.М., Глухих, В.В. Внешнеэкономическая деятельность: уч. / М.: Дашков и К, 2017. 212 с.
- 6 Бокамова, Н. И., Шеремета, А. Д.. / Внешнеэкономическая деятельность предприятий / М.: Финансы и статистика, 2017. 412 с.
- 7 Воронкова О.Н., Пузакова Е.П. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учеб. пособие / под ред. проф. Е.П. Пузаковой. / М.: Экономист, 2018. 624 с.
- 8 Годин, А.М. Маркетинг: Учебник. / М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". 2018. 760 с.
- 11 Голева, А.Г., Марьяненко и др. Внешнеэкономическая деятельность: Вспомогательные операции и государственное регулирование. / М.: Феникс, 2018 г. 212 с.
- 12 Грибов, В.Д., Грузинов, В.П. Экономика предприятия: Учеб.пособие. Практикум. / М.: Финансы и статистика, 2017. 336 с.
- 13 Долгова, С.И., Кретьова, И.И. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело / М.: БЕК, 2017. 190 с.
- 14 Зотеев, Г.Д. Внешнеэкономические связи России // Экономист. 2016. №5.
- 15 Золкина, З.К., Лопатина, И.М., Основы внешнеэкономической деятельности предприятия: уч. / Ярославль: ЯГУ, 2017. 66 с.

- 16 Ионов, М.В. Роль государства в экономике // Экономист. 2015. №8
- 17 Касьянова, Г.Ю. Экспорт и импорт. / М.: ИД Аргумент. 2018. 400 с.
- 18 Королев, С.В. Издержки производства в системе конкурентоспособности компании: зарубежный опыт и российская практика // Внешнеэкономический бюллетень. 2017. №6.
- 19 Лавров, С.Н., Фролов, Б.А. Валютно-финансовые отношения предприятий и организаций с зарубежными партнерами. / М., 2017.
- 20 Международные экономические отношения: Учебник для вузов / В.Е. Рыбалкин, Ю.А. Щербанин, Л.В. Балдин и др.; Под редакцией проф. В.Е. Рыбалкина. / М. ЮНИТИ, 2015. 605 с.
- 21 Оболенский, В.П., Асланова, Т.О. Внешнеэкономические проблемы повышения конкурентоспособности производства //Проблемы прогнозирования. 2017. № 5. 88 с.
- 22 Основы внешнеэкономических знаний / Под. ред. И.П. Фаминского. / М.: Международные отношения. 2018.
- 23 Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность. / М.: Экономистъ. 2018. 672 с.
- 24 Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело: учебник / Под. ред. С.И. Долгова, И.И. Кретьова. / М.: БЕК, 2017.
- 25 Ростовский, Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: учебник для вузов / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков. / М. : Экономистъ, 2016. 588 с.
- 26 Ростовский, Ю.М., Гречков, В.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. / М.: Экономистъ. – 2016. 589 с.
- 27 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, 2017. 823 с.
- 28 Сберегаев, Н.А. Основы внешнеэкономической деятельности предприятий. / М.: Высшее образование. 2017. 350 с.

29 Степанова Т. В., Юдин С. В., Юрищева Н. А., Якушин Д. И., Румянцева И. И., Степанов В. Г. О технологии выхода на новый региональный рынок // Концепт. –2015. –Спецвыпуск No 06.

30 Информация о результатах анализа состояния и развития производства подъемно-транспортного оборудования государств-членов Евразийского экономического союза. // Евразийская экономическая комиссия Департамент промышленной политики Москва 2015 г.

31 Агентство новостей «Строительный бизнес»
<http://ancb.ru/publication/page/6> дата обращения 27.04.2020.

32 Бухгалтерская отчетность ООО «Ипус Логистикс» за 2016-2019 гг.
<https://bo.nalog.ru/> дата обращения 28.04.2020.

33 Единая информационная система в сфере закупок
<https://zakupki.gov.ru.html> дата обращения 30.05.2020

34 Информационное агентство REX <https://iarex.ru/news/72205.html> дата обращения 13.05.2020

35 Маркетинговое исследование. Рынок лифтов [Электронный ресурс]
/Рынок лифтов // Режим доступа: http://www.liftpress.ru/view_post.php?id=7084. дата обращения 28.04.2020.

36 «Могилевлифтмаш» и российская компания «НЛМ» подписали контракт на 500 млн российских рублей [Электронный ресурс]
<https://www.belta.by/newscompany/view/mogilevliftmash-i-rossijskaja-kompanija-nlm-podpisali-kontrakt-na-500-mln-rossijskih-rublej-321215-2018/> дата обращения 13.05.2020.

37 Официальный сайт АО «Щербинский лифтостроительный завод»
<https://www.shlz.ru/about/> дата обращения 28.04.2020.

38 Официальный сайт ОАО «Могилевлифтмаш»
<https://www.liftmach.by/about/> дата обращения 13.05.2020.

39 Официальный сайт ГК «Импорт-Лифт» <https://lift-import.ru/> дата обращения 27.04.2020.

40 Официальный сайт компании ООО «Ипсус Логистикс»
<http://www.hypsus.ru/> дата обращения 28.04.2020.

41 Официальный сайт ПАО «Карачаровский механический завод»
<https://www.kmzlift.ru/> дата обращения 14.05.2020.

42 Официальный сайт компании ООО «ЛифтПро» <http://23lift.pro/> дата обращения 13.05.2020.

43 Официальный сайт Национального лифтового союза
<http://www.lift.ru/> дата обращения 14.05.2020.

44 Официальный сайт Российского лифтового объединения
<http://rlolift.ru/> дата обращения 15.05.2020.

45 Официальный сайт компании АО «Союзлифтмонтаж-Юг»
<http://slmug.ru> дата обращения 17.05.2020.

46 Официальный сайт Федеральной таможенной службы
<http://customs.ru/> дата обращения 17.05.2020.

47 Официальный сайт компании ООО «Южная Лифтовая компания»
<http://liftuga.ru/> дата обращения 18.05.2020.

48 Официальный сайт компании DOPPLER <http://doppler.gr/ru/> дата обращения 27.04.2020.

49 Официальный сайт компании KLEEMANN
<https://kleemannlifts.com/ru> дата обращения 27.04.2020.

50 Официальный сайт компании KONE <https://www.kone.com/> дата обращения 27.04.2020.

51 Официальный сайт компании KOYO <http://www.koyocn.com/> дата обращения 27.04.2020.

52 Официальный сайт компании OTIS <https://www.otis.com/ru/ru/> дата обращения 27.04.2020.

53 Официальный сайт компании SJEC <https://sjec.su/> дата обращения 27.04.2020.

54 Официальный сайт компании ThyssenKrupp
<https://www.thyssenkrupp.com/> дата обращения 27.04.2020.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 11 – Продукция, производимая иностранными компаниями

Пассажирские лифты			
OTIS	2000R Gen2 GEN2 PREMIER	400-1000 кг 400-1000 кг 400-1000 кг	1-1,6 м/с 1-1,6 м/с 1-1,6 м/с
KONE	MonoSpace® 500 MonoSpace® 700 MiniSpace™	1150кг 2500 кг 3200-4000 кг	1,75 м/с 3,0 м/с 4,0 – 10,0 м/с
ThyssenKrupp	synergy® synergy® BLUE EVOLUTION® BLUE SIMPLYCITY UNIQ®	320-1000 кг 450-1600 кг 320-4000 кг 400-1000 кг 360-2000 кг	1-1.6 м/с 1-1.6 м/с 1-3 м/с 1-1.6 м/с >7 м/с
KLEEMANN	Atlas RPH Atlas Basic FlexyLIFT HRS Maison One Maison T Plus Maison T Basic	525-1050 375-1000 450-1000 630-1600 до 385 320-450 180-450	1,0 м/с 1,6 м/с 0,74 м/с 2-4 м/с 0,15 м/с 0,40 м/с 0,15 м/с
Панорамные лифты			
OTIS	OH5000	1000-1600 кг	1-2,5 м/с
KONE			
ThyssenKrupp			
KLEEMANN	Atlas L Atlas Premium	300-1000 375-1000	1 м/с 1,6 м/с
Лифты и подъемники для инвалидов			
Производитель	Серия	Грузоподъемность	Скорость
OTIS	Наклонные Вертикальные	225 кг 400 кг	0,15 м/с 0,15 м/с
KONE	Motala™ 2000	500 кг	0,15 м/с
ThyssenKrupp	Gulliver/Orion Lilliput /Mizar Supra RPSP	400 кг 300 кг 300 кг 250-325 кг	0,15 м/с 0,15 м/с 0,07-0,13 м/с 0,07-0,14 м/с
KLEEMANN	MaisonLIFT Plus MaisonLIFT Basic	180-1000 кг 200-450 кг	0,52 м/с 0,15 м/с

Продолжение таблицы 11

Грузовые лифты			
OTIS			
KONE	TranSys™	5000 кг	1,6 м/с
ThyssenKrupp	EXPANSION	320-10000 кг	0,4-1,6 м/с
KLEEMANN	HADI	4500-10900 кг	0,63 м/с
	Compact	300-1500	0,15 м/с
	Atlas Super Gigas	2500-5000	1 м/с
Скоростные лифты			
OTIS			
KONE			
ThyssenKrupp	SONIC®	630-2000 кг	12 м/с
	COUPL®	1250-2000 кг	>10м/с
	TWIN®	1000-1800 кг	>7 м/с
KLEEMANN			
Больничные лифты			
OTIS			
KONE			
ThyssenKrupp			
KLEEMANN	Atlas Gigas	1050-2500	1,6 м/с
	Atlas Premium	375-1000	1,6 м/с