

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение

высшего образования

«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес-процессами и экономики

Кафедра «Экономика и организация предприятий энергетического
и транспортного комплексов»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Е. В. Кашина

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01.03.09 «Экономика предприятий и организаций
(нефтяная и газовая промышленность)»

Обоснование ценообразования на рынке нефтепродуктов

(на примере ПАО «Татнефть»)

Пояснительная записка

Руководитель _____ ст. преподаватель Е.В. Костоунова

Выпускник _____ Л.В. Теплякова

Нормоконтролер _____ К. А. Мухина

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Основы ценообразования на предприятии нефтегазовой отрасли	5
1.1 Сфера деятельности предприятия	5
1.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	9
1.3 Стратегический анализ деятельности предприятия	16
2. Анализ стратегии ценообразования на примере ПАО «Татнефть»	35
2.1 Оценка структуры и динамики ценообразования на предприятии	35
2.2 Анализ ценообразующих факторов и возможностей их регулирования	42
2.3 Эффективность деятельности предприятия на рынке	48
3.1 Направление оптимизации ценообразования на предприятии	
3.2 Расчет прогнозных показателей ценообразования	
3.3 Оценка экономической эффективности мероприятий по совершенствованию стратегии ценообразования предприятия	
Заключение	54
Список использованных источников	56
Приложение А Организационная структура ПАО «Татнефть»	65
Приложение Б Показатели бухгалтерской отчетности ПАО «Татнефть»	67

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Вопросы ценообразования на нефтепродукты при поставках на внутренний рынок и на экспорт в условиях рыночной экономики, несомненно, являются прерогативой самих участников рынков.

Действующими методами государственного регулирования внутреннего рынка нефтепродуктов являются преимущественно методы прямого регулирования - экономические и административные. В частности, установление конкретных ставок акцизов на нефтепродукты относится к категории прямых экономических методов регулирования, а установление штрафов за установление необоснованно высоких цен на нефтепродукты - к категории прямых административных методов. При этом экономические методы, как правило, направлены на решение экономических проблем, например, улучшение инвестиционного климата в отрасли, реструктуризация отрасли, формирование доходной составляющей госбюджета. В то время как административные методы призваны регулировать конкурентную среду в отрасли и на отдельных товарных рынках.

Все вышеизложенное обуславливает необходимость глубокой теоретической проработки вопросов, затрагивающих закономерности формирования и движения цен на рынке нефтепродуктов, правомерности государственного вмешательства в эти процессы [25].

Вопросы ценообразования, государственного регулирования цен на энергоносители были объектом исследования ученых на протяжении всего последнего столетия. Это работы ряда зарубежных и отечественных экономистов: Дж.М.Кейнса. П. Самуэльсона, Дж. Долана, Н.Д.Кондратьева, В.А. Волконского. Е.Т. Гурвича. Н.В. Суворова. Специфика ценообразования и особенности функционирования предприятий отраслей топливно-энергетического комплекса, в том числе и нефтеперерабатывающей промышленности, рассмотрены в работах В.Ю.Алекперова, О.М.Брагинского, Б.Н.Давыдова, Е.Л. Кантора и др. [14,56,89].

Несмотря на большое количество научных работ вопросы, связанные со спецификой формирования и движения цен, концепциями ценообразования на рынке нефтепродуктов, а также с целесообразностью и конкретными формами государственного воздействия на процессы ценообразования на рассматриваемый вид энергоносителей остаются дискуссионными в настоящее время.

Недостаточная разработанность теоретических и практических вопросов по данным проблемам обусловили цель и задачи работы.

Основной целью исследования является выявление основных направлений и разработка системы комплексных мер по совершенствованию ценообразования на рынке нефтепродуктов.

Предметом исследования являются процессы формирования и движения цен на рынке нефтепродуктов на примере ПАО «Татнефть».

Объектом исследования выступает рынок нефтепродуктов Российской Федерации.

Поставленная цель и выбранный объект исследования обусловили необходимость решения следующего комплекса основных задач:

- анализ состояния современного рынка нефтепродуктов России;
- выявление и исследование основных ценообразующих факторов на рынке нефтепродуктов;
- выявление особенностей динамики и формирования цен на нефтепродукты на примере ПАО «Татнефть».

Информационной базой работы послужили данные органов статистики, материалы Министерства топлива и энергетики Российской Федерации, аналитические и обзорные материалы нефтяных компаний России.

1. Основы ценообразования на предприятии нефтегазовой отрасли

1.1 Сфера деятельности предприятия

В качестве объекта исследования выбрано ПАО «Татнефть».

Целью данного параграфа является анализ деятельности ПАО «Татнефть».

Исследование охватывало период 2014-2016 гг.

ПАО «Татнефть» – одна из крупнейших российских нефтяных компаний, международно-признанный вертикально-интегрированный холдинг. В составе производственного комплекса компании стабильно развиваются нефтегазодобыча, нефтепереработка, нефтехимия, шинный комплекс, сеть АЗС и блок сервисных структур. ПАО «Татнефть» также участвует в капитале компаний финансового (банковского и страхового) сектора.

Существенным ресурсным активом ПАО «Татнефть» и перспективным объектом наращивания добычи являются значительные запасы сверхвязкой нефти (СВН). Проект освоения месторождений СВН развивается при поддержке государственных органов, научных организаций России и Республики Татарстан.

Успешно осуществляется стратегическая программа развития сети автозаправочных комплексов и станций компании. В настоящее время в составе группы компаний ПАО «Татнефть» функционируют более 690 АЗС. Накопленный финансовый потенциал ПАО «Татнефть» позволяет сегодня осуществлять крупные инвестиционные проекты как за счет собственных, так и заемных средств, сохраняя на высоком уровне финансовую устойчивость и ликвидность.

Одним из важнейших проектов компании является строительство в Нижнекамске комплекса нефтеперерабатывающих и нефтехимических заводов

«ТАНЕКО» (Комплекс НПИНХЗ). Реализация проекта была начата в 2005 году с целью развития нового этапа нефтеперерабатывающей отрасли Татарстана. Инициаторами строительства выступили Правительство республики и ПАО «Татнефть». В 2011 году введена в промышленную эксплуатацию первая очередь комплекса НПИНХЗ, в 2014 году – комбинированная установка гидрокрекинга. В июле 2016 года в режиме комплексного опробования начала работу установка замедленного коксования [74].

Сегодня комплекс НПЗ является полноправным участником нефтеперерабатывающей отрасли России и производит высококонкурентную, экологически чистую продукцию, среди которой дизельное топливо Евро-5, авиационный керосин марок РТ, ТС-1 и Джет А-1, высоко индексные базовые масла II и III группы. С завершением реализации Проекта предусматривается выпуск широкой номенклатуры продукции высокого передела нефти.

Успешно развивается нефтехимический комплекс ПАО «Татнефть», обеспечивающий производство и реализацию шинной продукции и технического углерода. Шинный комплекс ПАО «Татнефти» – это высокотехнологичные предприятия ПАО «Нижекамскшина», ООО «Нижекамский завод грузовых шин» и ООО «Нижекамский завод шин ЦМК», которые производят около 300 товарных позиций шин: легковые, сельскохозяйственные, грузовые, легко грузовые и цельно-металлокордные шины. Высокое качество шин под марками КАМА, КАМА EURO, Viatti, а также инновационных ЦМК-шин подтверждено как отзывами потребителей, так и победами на различных престижных конкурсах.

Достижения в производственной, природоохранной, социальной деятельности, высокий уровень корпоративного управления, открытость и прозрачность компании высоко оцениваются акционерами, деловыми партнерами и инвестиционным сообществом в целом.

Корпоративная социальная ответственность ПАО «Татнефть» направлена на создание эффективных и безопасных рабочих мест, социальную поддержку

работников и членов их семей, поддержание благоприятной обстановки в регионах деятельности.

ПАО «Татнефть» – одна из крупнейших российских нефтяных компаний, международно-признанный вертикально-интегрированный холдинг. В составе производственного комплекса Компании стабильно развиваются нефтегазодобыча, нефтепереработка, нефтехимия, шинный комплекс, сеть АЗС и блок сервисных структур. Татнефть также участвует в капитале компаний финансового (банковского и страхового) сектора [89].

В состав Группы входят:

- нефтегазодобывающие производства (НГДУ, ПАО «Татнефть–Самара» и др.);
- нефтегазоперерабатывающие производства («Татнефтегазпереработка», ПАО «ТАНЕКО»);
- нефтехимические производства;
- предприятия по реализации нефти, газа, нефтегазопродуктов и нефтехимии;
- блок сервисных структур.

Основная территория деятельности - Российская Федерация. В то же время компания реализует стратегию эффективного наращивания запасов и расширения территории своего присутствия за пределами РФ. В частности, в 2010 году впервые за свою историю ПАО «Татнефть» начала промышленную добычу нефти в Сирии. Планами на 2017 год также предусмотрено возобновление деятельности на месторождениях в Ливии, право на разработку которых было получено ПАО «Татнефть» в 2005 и 2007 гг. по итогам состоявшихся аукционов.

Основная ресурсная база компании исторически расположена на территории Республики Татарстан. ПАО «Татнефть» последовательно реализует стратегию расширения ресурсной базы и наращивания запасов за счет разведки и добычи на внешних территориях, включая страны СНГ и Ближнего Востока,

а также проведения опытно-промышленных работ на татарстанских месторождениях сверхвязкой нефти. На 1 января 2017 года, доказанные разрабатываемые, неразрабатываемые и неразбуренные запасы ПАО «Татнефть» по оценке международной независимой консалтинговой компании «Miller&Lents, Ltd.» составили 869,2 млн. тонн нефти, и по уровню обеспеченности углеводородными ресурсами (отношению текущего годового объема добычи к величине запасов) компания занимает лидирующее положение не только в России, но и одно из лидирующих в мире.

К приоритетным задачам компании, наряду с укреплением ресурсной базы и стабилизацией уровня добычи, относятся:

- развитие нефтегазоперерабатывающих и нефтехимических мощностей;
- расширение рынков сбыта нефти, газа, нефтехимической продукции;
- дальнейшее развитие собственной сети АЗС под корпоративным брендом.

ПАО «Татнефть» наряду с комплексом нематериальных активов и уникальных технологий в своем дальнейшем развитии делает ставку на эффективное использование ресурсов, оптимизацию управления и производственных процессов. Значимым этапом дальнейшего развития компании стало формирование нового направления деятельности – производство тепла и электроэнергии. Создание собственного энергетического блока обеспечит потребность ПАО «Татнефти» в тепловой и электрической энергии для производственных объектов и позволит компании закрепить свои позиции на топливно-энергетическом рынке.

Стоит также отметить, что производственная деятельность компании отвечает высоким стандартам экологической и промышленной безопасности.

Компания ПАО «Татнефть» проводит социально ориентированную политику и вносит весомый вклад в развитие национальных программ по здравоохранению, образованию, спорту, поддержке малого и среднего бизнеса.

В рамках стратегии развития в компании проводится реструктуризация,

направленная на повышение эффективности управления производством, обеспечение прозрачности затрат, оптимизации трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

1.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Экономические условия хозяйствования деятельности предприятия характеризуются показателями размеров и динамики видов деятельности.

Проанализируем основные экономические показатели деятельности ПАО «Татнефть» по таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Экономические показатели деятельности ПАО «Татнефть»

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение, +,-	Темп роста, %
Объем реализации основной продукции, тыс. руб.	5269754	5204795	5407469	137715	102,6
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	4678877	4690175	4832647	153770	103,3
Затраты на 1 руб. реализации, руб.	0,888	0,901	0,894	0,006	100,7
Оборотные средства, тыс. руб.	639288	693225	829165	189877	129,7
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, оборотов	8,24	7,51	6,52	-1,72	79,1

Как показывают данные таблицы 1.1, затраты на 1 рубль реализации в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличились на 0,006 руб., что составило 0,7%. Причиной этого явилось опережающее увеличение себестоимости по сравнению с увеличением выручки от продаж. Так, если выручка от реализации увеличилась на 2,6%, то себестоимость возросла на 3,3%.

Оборотные активы предприятия увеличились на 29,7%, что на фоне более медленного увеличения выручки привело к снижению оборачиваемости на 1,72 оборота.

Далее проанализируем эффективность использования ресурсов предприятия: основных фондов, материальных ресурсов, трудовых ресурсов.

Проанализируем состав и движение основных фондов по таблице 1.2, используя бухгалтерский баланс на конец 2016 года и отчёт о финансовых результатах на период с 2014 по 2016 год включительно.

Таблица 1.2 - Состав основных фондов ПАО «Татнефть»

Показатели	Годы			Отклонение
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	
Всего основных фондов, тыс. руб.	690604	631553	596397	-94207
Здания и сооружения, тыс. руб.	524167	475881	456874	-67293
В % общей стоимости основных фондов	75,9	75,4	76,6	0,7
Машины, оборудования, транспортные средства	133821	126537	109109	-24712
В % к общей стоимости основных фондов	19,4	20,0	18,3	-1,1
Прочие тыс. руб.	32616	29135	30414	-2202
В % к общей стоимости основных фондов	4,7	4,6	5,1	0,4

Согласно данным таблицы 1.2, структура основных средств существенно не изменилась. Наибольшую долю в структуре основных фондов составляют здания и сооружения, что связано с характером деятельности предприятия. В 2016 году доля этой группы основных фондов увеличилась на 0,7% и составила 76,6%. Доля активной части основных фондов (машины, оборудование, транспортные средства) составила в 2016 году 18,3%.

Далее проанализируем показатели движения и состояния основных фондов по таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Показатели состояния и движения основных фондов

Показатели	Годы			Отклонение, +,-
	2014	2015	2016	
Стоимость фондов, тыс. руб.				
на начало года	1097500	1138589	1191967	94467
на конец года	1138589	1191967	1178911	40322
Выбытие фондов, тыс. руб.	4907	19213	31848	26941
Поступление фондов, тыс. руб.	45995	72591	18792	-27203
Износ фондов, тыс. руб.				
на начало года	406896	507036	595570	188674
на конец года	507036	595570	666324	159288
Показатели прироста	3,6	4,5	-1,1	-4,7
Обновления	4,0	6,1	1,6	-2,4
Выбытия	0,4	1,7	2,7	2,2
Износа на начало года	37,1	44,5	50,0	12,9
Износа на конец года	44,5	50,0	56,5	12,0
Годности на начало года	62,9	55,5	50,0	-12,9
Годности на конец года	55,5	50,0	43,5	-12,0

Согласно данным таблицы 1.3, выбытие основных фондов в 2016 году по сравнению с 2014 годом увеличилось на 26 941 тыс. руб. Поступление основных средств сократилось на 27 203 тыс. руб.

Из таблицы видно, что в 2014-2015 гг. поступление основных средств было больше выбытия. Об этом же свидетельствуют коэффициенты обновления, превышающие коэффициенты выбытия. В 2014 году коэффициент обновления превысил коэффициент выбытия на 3,6% и составил 4%. В 2015 году коэффициент обновления составлял 6,1%. В 2016 году ситуация поменялась – выбытие основных фондов превысило их обновление: коэффициент обновления соста-

вил всего 1,6% при коэффициенте выбытия 2,7%. Согласно данным таблицы 1.4, коэффициенты износа основных фондов в анализируемом периоде значительно увеличились. Так, на конец 2014 года коэффициент износа составлял 37,1%, а коэффициент годности – 62,9%. В 2016 году коэффициент износа увеличился до 56,5%, соответственно коэффициент годности сократился до 43,5%.

Далее проанализируем эффективность использования основных фондов по таблице 1.4.

Таблица 1.4 - Динамика показателей использования основных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение	Темп роста, %
Стоимость основных средств, тыс. руб.	690604	631553	596397	-94207	86,4
Стоимость произведённой продукции, тыс. руб.	5269754	5204795	5407469	137715	102,6
Численность работников, чел.	589	635	732	143	124,3
Фондовооружённость, тыс. руб.	1172,5	994,6	814,8	-357,8	69,5
Фондоотдача, руб.	7,63	8,24	9,07	1,44	118,8
Фондоёмкость, руб.	0,13	0,12	0,11	-0,02	84,2

Как показывают данные таблицы 1.4, в 2016 году основные фонды использовались более эффективно чем в 2014 году.

Об этом свидетельствуют показатели фондоотдачи и фондоёмкости. Так, фондоотдача увеличилась на 1,4 руб, или на 18,8%. Фондоёмкость соответственно сократилась на 0,02 руб., или на 15,8%. Увеличение фондоотдачи обусловлено увеличением стоимости произведённой продукции на фоне уменьшения стоимости основных фондов. Так, если стоимость произведённой продукции увеличилась на 2,6%, то стоимость основных средств сократилась на 13,6%. Фондовооруженность предприятия в рассматриваемом периоде уменьшилась на 30,5%, что является отрицательным фактором и свидетельствует о

снижении обеспеченности предприятия основными фондами, что отрицательно сказывается на эффективности их использования.

Далее проанализируем эффективность использования материальных ресурсов по таблице 1.5.

Таблица 1.5 - Эффективность использования материальных ресурсов

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение	Темп роста, %
Выручка от продаж, тыс. руб.	5269754	5204795	5407469	137715	102,6
Стоимость материальных затрат, тыс. руб.	4465893	4647138	5006916	541023	112,1
Материалоёмкость, руб.	0,85	0,89	0,93	0,08	109,3
Материалоотдача, руб.	1,18	1,12	1,08	-0,1	91,5

Как показывают данные таблицы 1.5, эффективность использования материальных ресурсов в анализируемом периоде сократилась.

Так, материалоёмкость увеличилась на 0,08 руб., или на 9,3%. Материалоотдача соответственно уменьшилась на 0,1 руб., или на 8,5%. Уменьшение материалоотдачи вызвано опережающим увеличением стоимости материальных затрат по сравнению с ростом выручки. Проанализируем эффективность использования трудовых ресурсов по таблице 1.6.

Таблица 1.6 -Использование трудовых ресурсов ПАО «Татнефть»

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
1	2	3	4	5	6
Выручка от продаж, тыс. руб.	5269754	5204795	5407469	137715	102,6
Среднесписочная численность работников, чел.	589	635	732	143	124,3

Окончание таблицы 1.6

1	2	3	4	5	6
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	166510	191834	229775	63265	138,0
Среднегодовая заработная плата, тыс. руб.	282,7	302,1	313,9	31,2	111,0

Как показывают данные таблицы 1.6, эффективность использования трудовых ресурсов на предприятии уменьшилась. Так, среднегодовая выработка сократилась на 16,4%. Причинами этого явилось опережающее увеличение среднесписочной численности работников по сравнению с ростом выручки от продаж. Так, если численность увеличилась на 24,3%, то выработка – всего на 2,6%. При этом фонд оплаты труда увеличился на 38%, а среднегодовая заработная плата – на 11%. Рост среднегодовой заработной платы на фоне сокращения выработки неблагоприятно отражается на финансовых результатах деятельности предприятия, приводит к перерасходу себестоимости и снижению прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод о снижении эффективности использования производственных ресурсов предприятия.

Проведем анализ расчётов о финансовых результатах в таблице 1.7.

Таблица 1.7 - Анализ отчёта о финансовых результатах

Наименование строки формы №2	Номер строки	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
1	2	3	4	5	6	7
Выручка	2110	5269754	5 204 795	5407469	137 715	102,6
Себестоимость продаж	2120	4678877	4 690 175	4832647	153 770	103,3
Валовая прибыль (убыток)	2100	590877	514 620	574 822	-16 055	97,3
Коммерческие расходы	2210	510728	478 034	523 235	12 507	102,4
Управленческие расход	2220	83402	98 892	102 995	19 593	123,5

Окончание таблицы 1.7

1	2	3	4	5	6	7
Прибыль (убыток) от продаж	2200	-3253	-62306	-51408	-48 155	1580,3
Проценты к получению	2320	99	107	187	88	188,9
Прочие доходы	2340	12597	13 955	12 377	-220	98,3
Прочие расходы	2350	53872	57 507	49 953	-3 919	92,7
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	-44429	-105751	-88797	-44 368	199,9
Текущий налог на прибыль	2410	0	10 119	10 327	10 327	-
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	5565	5 525	5 415	-150	97,3
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-2165	3 366	1 992	4 157	-92,0
Изменение отложенных налоговых активов	2450	3329	2 140	26	-3 303	0,8
Прочее	2460	8761	487	1 376	-7 385	15,7
Чистая прибыль (убыток)	2400	-34504	-89639	-75076	-40 572	217,6

Согласно данным таблицы 1.7, выручка от продаж в анализируемом периоде увеличилась на 2,6%. Себестоимость при этом увеличилась на 3,3%. Вследствие опережающего увеличения себестоимости по сравнению с ростом выручки валовая прибыль сократилась на 2,7%. В рассматриваемом периоде наблюдается значительный рост управленческих расходов – на 23,5%. Коммерческие расходы увеличились на 2,4%. Таким образом, на протяжении всего анализируемого периода предприятие имеет убытки. Причём убыток увеличивается. Так, если в 2014 году убыток от продаж составлял 3253 тыс. руб., то в 2016 году – уже

51 408 тыс. руб., что в 15,8 раз больше, чем в 2014 году. Прочие доходы сократились на 1,7%, а прочие расходы уменьшились на 7,3%.

Убыток до налогообложения увеличился в 2014-2016 гг. на 99%, что свидетельствует о большом размере прочих расходов предприятия. Таким образом, чистый убыток предприятия увеличился на 117,6% и составила в 2016 году 75 076 тыс. руб.

Таким образом, наиболее сильное отрицательное влияние на финансовые результаты предприятия оказало сокращение выручки, рост себестоимости, а также рост коммерческих, управленческих и прочих затрат.

1.3 Стратегический анализ деятельности предприятия

Стратегический анализ является этапом предплановых исследований, на котором системно анализируются факторы внешней, деловой окружающей среды и ресурсного потенциала предприятия (внутренних возможностей) для определения «текущего состояния дел» на предприятии и выявления условий для его дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования.

Основная цель стратегического анализа - оценка ключевых воздействий на нынешнее и будущее положение организации и определение их специфического влияния на стратегический выбор.

Будучи крупнейшей публичной нефтегазовой компанией мира, ПАО «Татнефть» имеет большой опыт в реализации масштабных проектов в разведке и добыче, нефтепереработке и нефтехимии, уделяет значительное внимание вопросам промышленной и экологической безопасности наряду с ростом эффективности бизнеса.

СТЕР- анализ ПАО «Татнефть»

Экологические факторы:

- ужесточение контроля за добычей и транспортировки нефти;

- установление предельно допустимых норм концентрации нефтяных продуктов в почвах и водах.

Технологические факторы:

- появление новых технологий, снижающих порог рентабельности;
- расширение ресурсной базы отрасли;
- создание новых и расширение уже существующих экономически эффективных экспортных направлений транспортировки нефти.
- модернизация и реконструкция действующих нефтеперерабатывающих заводов.

Социальные факторы:

- снижение уровня безработицы;
- повышение численности городского населения;
- повышение численности экономически активного населения;
- экономические факторы:
 - изменение курса валют;
 - снижение уровня инфляции;
 - повышение уровня государственной поддержки нефтяной отрасли;
 - изменение цен на нефть;
 - рост доходов населения.

Политические факторы:

- сложный процесс лицензирования деятельности по транспортировке нефти;
- налоговые льготы (введение понижающих коэффициентов).

Объединим получившиеся данные STEP - анализа в общую таблицу 1.8.

Таблица 1.8 - Сводная таблица PEST - анализа ПАО «Татнефть»

Факторы	Вес	Балл
Экологические		
Ужесточение контроля за добычей и транспортировки нефти	0,092	0,276
Установление предельно-допустимых норм концентрации нефтяных продуктов в почвах и водах	0,088	0,352
Технические	0,084	0,168
Появление новых технологий, снижающих порог рентабельности	0,08	0.243
Расширение ресурсной базы отрасли		
Создание новых и расширение уже существующих экономически эффективных экспортных направлений транспортировки нефти	0,076	0,38
Модернизация и реконструкция действующих нефтеперерабатывающих заводов	0,072	0,144
Социальные		
Снижение уровня безработицы	0,068	0,204
Повышение численности экономически активного населения	0,064	0,256
Экономические	0,057	0,171
Изменение курса валют	0,053	0,212
Снижение уровня инфляции		
Повышение уровня государственной поддержки нефтяной отрасли	0,049	0,098
Изменение цен на нефть	0,044	0,176
Рост доходов населения	0,041	0,123
Политические		
Сложный процесс лицензирования деятельности по транспортировке нефти	0,037	0,074
Налоговые льготы (введение понижающих коэффициентов)	0,033	0,099

В качестве основных движущих сил отрасли, которые определяют конкурентную позицию фирмы, можно выделить следующие:

- увеличение потребителей в России и в мире – до тех пор, пока численность потребителей будет сохраняться на прежнем уровне или расти, отрасль будет оставаться привлекательной и высокодоходной;

- усиление государственного регулирования – проблемы, возникающие в отрасли, могут иметь колоссальный размер и справиться с такими проблемами под силу только государству. Только государство может обеспечивать упорядочение действий экономических субъектов, соблюдение законов, отстаивание государственных и общественных интересов. Выполнение этих функций возможно посредством реализации научно-технической, налоговой, бюджетной и ценовой политики, а также участия в международных организациях и соглашениях. Государственное регулирование способно обеспечивать определенную стабильность для компаний;

- развитие технологий и инноваций – чем более развиты компании отрасли с точки зрения технологичности, тем большими преимуществами в сравнении с конкурентами они обладают. Это связано с возможностью более эффективно разрабатывать месторождения и осуществлять переработку сырья, что в перспективе способно приносить значительные доходы и тем самым улучшать конкурентное положение фирмы;

- увеличение капитальных вложений в отрасли – нефтегазовая отрасль требует весьма значительных объемов инвестирования для успешного развития. Все крупные проекты, связанные с разработкой новых месторождений, разработкой и внедрением новых технологий, были бы неосуществимы без поддержки инвесторов. Чем большим количеством стратегических инвесторов обладает та или иная компания, тем большее количество проектов она может себе позволить, а, следовательно, может стать более успешной;

- развитие инфраструктуры – от этого напрямую зависит успешность компании. Если она сама может обеспечивать собственное производство, самостоятельно сбывать свою продукцию, не прибегая к помощи посредников или к услугам конкурирующих компаний, то она сможет значительно сэкономить на данных процессах. Поэтому предприятиям в данной отрасли так важно тщательно продумать все аспекты своей деятельности, все детально

распланировать и следовать плану [15].

Продукция компании стандартизирована, потребители хорошо информированы, и затраты на переход к другому поставщику низки, что в общем не мешает потребителям выбрать продукцию другой компании. Но, как и в любой другой отрасли важное значение имеет качество продукции и приверженность потребителей к продукции какой-либо конкретной компании.

Рассмотрим карту стратегических групп в таблице 1.9 .

Таблица 1.9 - Карта стратегических групп

Признак Компания	Доля рынка	Добыча нефти и газового конденсата, млн. т.	Масштаб деятельности	Количество сбытовых организаций в составе ПАО в России	Доказанные запасы нефти, млн. барр	Вертикальная интеграция	Объем реализации в \$ США, млн. долл	Розничная сеть (количество АЗС)
ПАО «ЛУКОЙЛ»	15,3	92,2	Международный	44	17504	Холдинг	68025,00	2170
ПАО «Гатнефть»	14,8	116,3		45	17694	Холдинг	33802,00	1762
ПАО «ТНК- ВР»	14,4	70,2		14	10252	Холдинг	25539,00	700
ПАО «Газпром нефть»	17,9	29,9		26	4847	Холдинг	94293,00	950
ПАО «Сургутнеф- тегаз»	12,8	59,6		5	977	Холдинг	16601,80	303
ПАО «Гатнефть»	9,2	26,1		13	6139	Холдинг	12000,00	520

Так же карта стратегических групп представлена на рисунке 1.1.

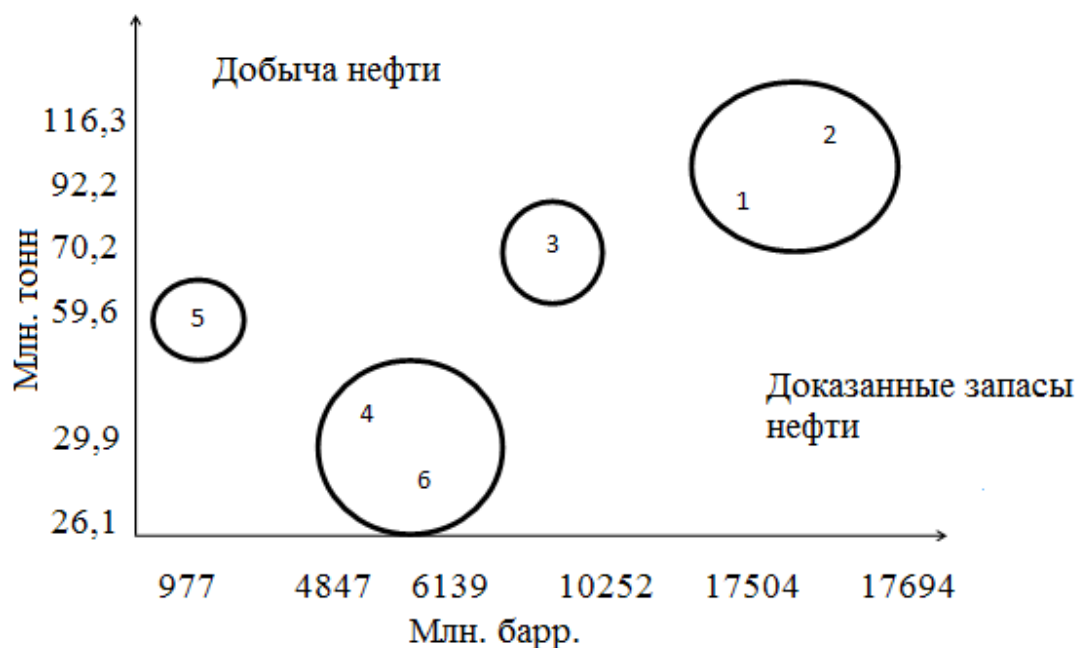


Рисунок 1.1– Карта стратегических групп

Приведем ключевые факторы успеха в таблице 1.10.

Таблица 1.10 - Ключевые факторы успеха (КФУ)

Ключевые факторы успеха	Значение КФУ
1	2
КФУ, зависящие от технологии	научно-методическое сопровождение всей производственной цепочки компании; возможность инноваций в производственном процессе; система целевых инновационных проектов; степень овладения существующими технологиями
КФУ, относящиеся к производству	имеет место экономия на масштабах производства (в частности на масштабах добычи); качество продукции; высокая степень использования производственных мощностей; выгодное местонахождение предприятия, приводящее к экономии на затратах по транспортировке; доступ к квалифицированным трудовым ресурсам

Окончание таблицы 1.10

1	2
КФУ, относящиеся к реализации продукции	наличие большого количества сбытовых предприятий в составе компании наличие точек розничной торговли, принадлежащих компании; наличие морских терминалов; расположение НПЗ в непосредственной близости к экспортным рынкам; развитие биржевой торговли.
КФУ, относящиеся к маркетингу	высокая квалификация сотрудников сбытовых компаний; активная работа по развитию системы бонусов и скидок для постоянных клиентов розничной сети; разнообразие видов продукции; искусство продаж.
КФУ, относящиеся к профессиональным навыкам	степень овладения (знание) применяемыми технологиями; способность достаточно быстро осваивать новые технологии
КФУ, связанные с организационными возможностями	разработка и внедрение системы внутренних коммуникаций; усовершенствование системы мотивации работников; эффективное руководство компанией; следование принципам прозрачного и ответственного управления
Прочие КФУ	благоприятный имидж/репутация компании; выгодное расположение; компания осуществляет ряд масштабных социальных и благотворительных проектов; наличие статуса стратегического предприятия России; доступ на финансовые рынки; наличие лицензий.

В ПАО «Татнефть» ведется непрерывная разработка и внедрение инновационных технологий, а также мониторинг и адаптация передового мирового опыта, что является весьма важным для компании с точки зрения

достижения конкурентного преимущества.

Цепочка ценностей компании на рисунке 1.2 позволяет определить основные виды деятельности, создающие стоимость для потребителя, и в тоже время является важнейшим инструментом стратегического анализа издержек фирмы. Также элементы цепочки ценностей могут становиться источниками конкурентного преимущества.

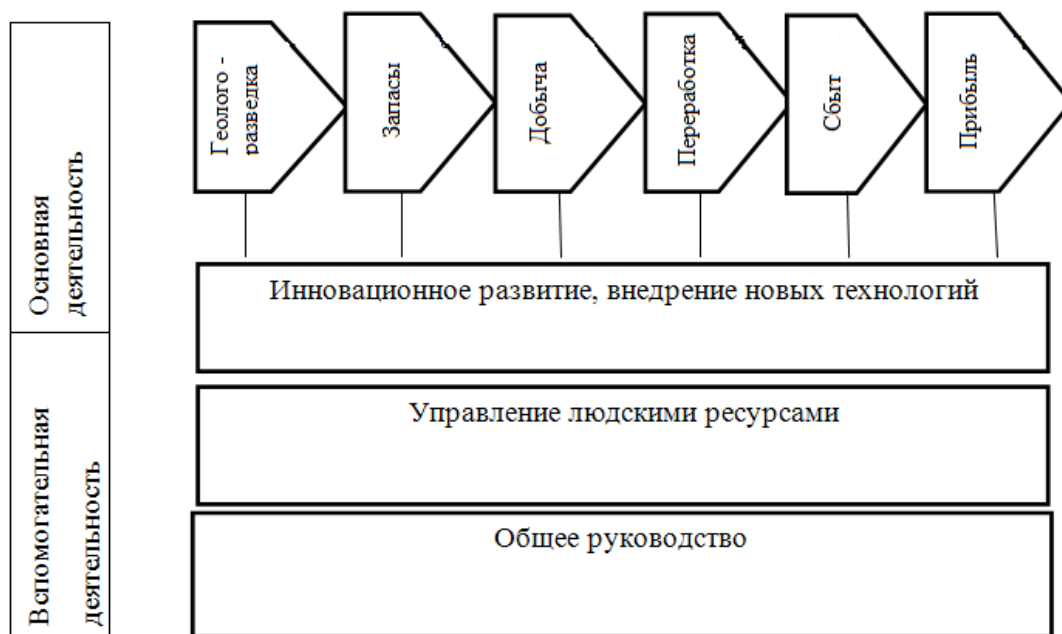


Рисунок 1.2 - Цепочка ценностей ПАО «Татнефть»

В деятельности компании ПАО «Татнефть» выделяется пять основных процессов, которые создают стоимость готовой продукции. По каждому из процессов компания обладает своими, отличными от конкурентов, особенностями. Как важный фактор конкурентного преимущества, сопровождающий все виды деятельности компании, можно выделить непрерывное инновационное развитие, внедрение новых технологий. Не все компании в данной отрасли могут позволить себе самостоятельно заниматься разработками новшеств [49]. Технологии особенно важны на этапах освоения месторождений, добычи сырья и переработки. Именно на этих этапах создается основная стоимость продукции. Организация сбытовой деятельности и

обслуживание клиентов менее затратные, следовательно, вносят меньший вклад в создание стоимости для потребителя. Также немаловажным является то, что компания, являясь вертикально-интегрированной, самостоятельно реализует все процессы по снабжению, производству и сбыту, что позволяет ей не прибегать к помощи посредников и тем самым не увеличивать цену готовой продукции, а, следовательно, более выгодно выглядеть в глазах потребителей. Анализ конкурентной позиции ПАО «Татнефть» представлен в таблице 1.11.

Таблица 1.11 - Конкурентная позиция компании по сравнению с конкурентами

КФУ	Компания «Татнефть»	Конкурент «Газпром»	Конкурент «Лукойл»	Конкурент «ТНК-ВР»
1	2	3	4	5
Качество продукции	9	9	9	7
Разнообразие видов продукции	9	9	9	8
Возможность инноваций в производственном процессе	10	10	9	8
Способность достаточно быстро осваивать новые технологии	10	10	10	6
Наличие сбытовых предприятий в составе компании	9	8	10	7
Квалификация сотрудников сбытовых компаний	10	10	9	8
Наличие точек розничной торговли, принадлежащих компании	9	8	10	7
Активная работа по развитию системы бонусов и скидок	10	10	10	9
Имидж/деловая репутация	10	10	10	8

Окончание таблицы 1.11

1	2	3	4	5
Эффективное руководство компанией	9	10	9	7
Сумма	94	95	94	75

Из данной таблицы видно, что ПАО «Газпром» занимает чуть более конкурентное положение на рынке по сравнению с основными своими конкурентами. Далее на одном уровне располагаются компании ПАО «Роснефть» и ПАО «Лукойл», а затем следует ПАО «ТНК-ВР».

Слабые и сильные стороны, возможности и угрозы компании объединим в SWOT – анализ таблица 1.12.

Таблица 1.12 - SWOT- анализ ПАО «Татнефть»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Лидер по объемам добычи нефти в России и по запасам среди публичных компаний мира.</p> <p>Высокая степень вертикальной интеграции нефтяного бизнеса.</p> <p>Сравнительно малая степень выработки месторождений.</p> <p>Приоритет при распределении стратегических нефтяных месторождений государством.</p> <p>Низкая стоимость долга.</p>	<p>Высокая долговая нагрузка.</p> <p>Зависимость от трубопроводной инфраструктуры Газпрома.</p> <p>Слабая экспансия в профильные активы за рубежом.</p> <p>Низкая степень вертикальной интеграции газового и сбытового бизнеса.</p> <p>Контроль государства ограничивает гибкость в принятии инвестиционных решений.</p> <p>Подверженность политическому риску.</p>

Окончание таблицы 1.12

Возможности	Угрозы
<p>Разработка крупных месторождений в Восточной Сибири, подлежащих налоговым льготам.</p> <p>Разработка месторождений в Алжире, как первый шаг в крупных зарубежных проектах.</p> <p>Реконструкция Туапсинского НПЗ и удвоение его мощностей.</p> <p>Увеличение доли в крупном Верхнечонском месторождении.</p> <p>Наращивание добычи в Восточной Сибири.</p> <p>Финансовая помощь со стороны государства в случае необходимости.</p>	<p>Повышение влияния со стороны государства в будущем.</p> <p>Истощение разведанных месторождений;</p> <p>Разработка альтернативных видов топлива;</p> <p>Ценовые риски (возможность снижения цены)</p> <p>Сокращение в средней и долгосрочной перспективе запасов нефти и газа;</p>

Матрица Бостонской Консалтинговой Группы (БКГ) ПАО «Татнефть» представлена в таблице 1.13.

Таблица 1.13 - Данные, характеризующие емкость рынка основных нефтепродуктов, продажи НК ПАО «Татнефть» и ее основных конкурентов

Вид продукции	Год	Емкость рынка, тыс. тонн	Продажи НК Татнефть, тыс. тонн	Продажи Татнефть, %	Продажи ведущего конкурента, тыс. тонн
1	2	3	4	5	6
Производство авто бензинов	2015	23 408,2	6 640,2	28,4	2 663,9
	2016	23 455,0	6 554,5	28,0	2 605,3
Производство дизельного топлива	2015	44 248,8	14 430,4	32,6	8 189,0
	2016	45 576,3	14 719,0	32,3	7 881,8

Окончание таблицы 1.13

1	2	3	4	5	6
Производство сжиженных углеводородных газов	2015	6154,8	450,6	7,3	1 328,7
	2016	6 653,3	370,4	5,6	1 368,6
Производство топочного мазута	2015	40 618,4	14 250,4	35,0	7 386,9
	2016	42 040,0	14 706,4	34,9	7 032,4

На основе приведенных данных, составили матрицу БКГ рисунок 1.3. Размер окружностей, обозначающих продукцию, зависит от доли на рынке.

Из матрицы видно, что сжиженные углеводородные газы являются наименее выгодной продукцией, так как занимает нижний правый квадрат матрицы.

В этом квадрате находятся так называемые «Собаки». Они имеют слабые перспективы роста, отстающие позиции на рынке и нахождение позади лидеров на кривой опыт ограничивает размер их прибыли. За исключением особых случаев к слабеющим собакам БКГ рекомендует применять стратегию сбора урожая, сокращения или ликвидации, в зависимости от того, какой вариант может принести наибольшие выгоды.

Дизельное топливо и авто бензины занимают одно из лучших положений в матрице.

Они находятся в квадрате «Дойные коровы». Хотя дойные коровы и менее привлекательны с точки зрения перспектив роста, это очень ценные хозяйственные подразделения. Дополнительный приток средств от них может быть использован на выплату дивидендов, финансирование приобретений и обеспечение инвестирования в развивающиеся звезды и в трудных детей, из которых могут вырасти будущие звезды.

Все усилия корпорации должны быть направлены на поддержание «Дойных коров» в процветающем состоянии, чтобы как можно дольше использовать

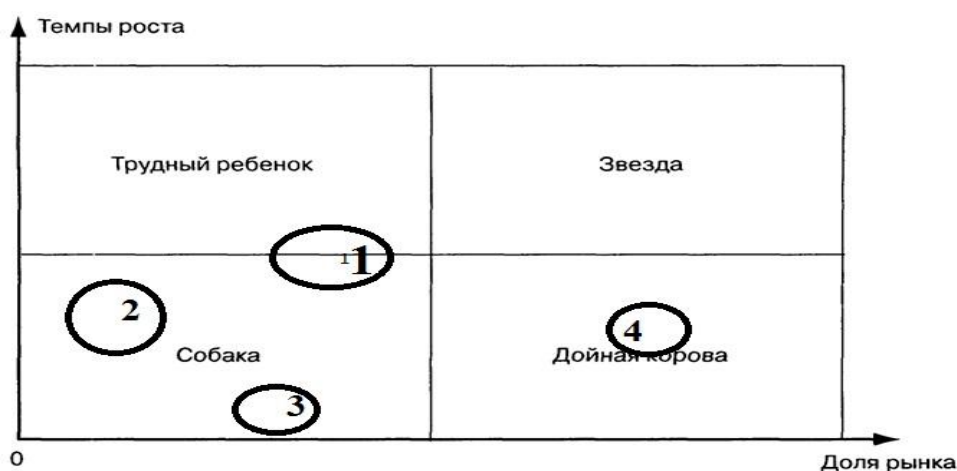
их возможности в генерировании притока финансовых ресурсов. Должна быть поставлена цель укрепления и защиты рыночных позиций «Дойных коров» в течение всего периода, когда они способны зарабатывать средства, которые будут направляться на развитие других подразделений.

Топочный мазут, имея более высокий темп роста спроса, чем авто бензины и дизельное топливо, сдвинулся выше и находится как в квадрате «Дойные коровы», так и в «Звезды».

Этому виду продукции следует уделить большее внимание, так как возможно его перемещение в любой из правых квадратов. Если топочный мазут перейдет в категорию «Звезды», он сможет обещать большие прибыли и перспективы роста.

От таких продукций зависит общее состояние хозяйственного портфеля корпорации. Заняв доминирующие позиции на быстрорастущем рынке, «Звезды» обычно нуждаются в значительных инвестициях для расширения производственных возможностей и увеличения оборотного капитала.

Но они также сами генерируют значительный приток наличности ввиду низкого уровня издержек за счет экономии на масштабах производства и накопленного производственного опыта [9].



1 – топочный мазут, 2 – дизельное топливо, 3 – авто бензины, 4 - сжиженные углеводородные газы

Рисунок 1.3 - Матрица БКГ для продукции НК Татнефть

Из SWOT-анализа мы знаем сильные и слабые стороны предприятия, его возможности и угрозы. Согласно этим, данным мы можем составить расширенную SWOT-матрицу, включающую различные стратегические альтернативы. Такая матрица состоит из 4 полей, которые являются комбинациями внешних и внутренних условий предприятия. Стратегии, которые используют силы компании, чтобы реализовать возможности внешней среды, называются SO-стратегиями или комбинацией силы-возможности. Слабости-возможности (WO-стратегии) используют возможности среды, преодолевая внутренние слабости. ST-стратегии, или силы-угрозы, используют силы компании, чтобы избежать угроз среды. WT-стратегии минимизируют слабости и помогают избежать угроз. Такие стратегии называют также стратегиями оборонительного типа.

В таблице 1.14 приведена матрица, построенная на основе данных SWOT-анализа ПАО «Татнефть».

Таблица 1.14 -Стратегические альтернативы

Возможности – сильные стороны	Возможности – слабые стороны	Угрозы – сильные стороны	Угрозы - слабые стороны
Наращивание объемов добычи нефти и газа и производства нефтепродуктов, несмотря на тяжелую экономическую обстановку; расширение деятельности на международном рынке	Развитие вертикальной интеграции газового и сбытового бизнеса; снижение долговой нагрузки; изменение структуры капитала в пользу частных инвестиций	Собственной газо и нефтетранспортной системы; совершенствование аппарата управления	Спорных моментов в управлении с государством; поиск новых газо и нефтетранспортных систем; избежание повышения долговой нагрузки

Из матрицы БКГ следует, что верная долгосрочная стратегия компании должна использовать дополнительные средства, поступающие от дойных коров, для финансирования увеличения долей рынка захватчиков ресурсов - молодых звезд. Таким образом, благодаря средствам от реализации дизельного топлива и авто бензинов можно перевести топочный мазут в категорию «Звезд», от которых можно получить значительные прибыли. Однако в таком

случае этому продукту следует уделять большее внимание, так как он легко может стать «Проблемой».

Согласно БКГ, «Проблемы» должны быть первыми кандидатами на ликвидацию, если: 1) они не могут поддерживать уровень своей прибыльности и существовать за счет собственных средств; 2) требуемое от материнской компании вливание капитала достаточно умеренное.

Также в портфеле Роснефти есть продукты категории «Собаки». Считается, что «Собаки» должны оставаться в составе портфеля только до тех пор, пока они вносят соответствующий вклад в деятельность фирмы в целом. Сильные «Собаки» могут даже обеспечить достаточный приток средств и приемлемый средний уровень прибыльности. Но чем ниже и правее «Собака» оказывается в матрице БКГ, тем очевиднее, что она связывает активы компании, которые можно было бы разместить более выгодно. БКГ рекомендует применять в отношении таких «Собак» стратегию сбора урожая. Если использование такой стратегии более не оправдано, то слабая «Собака» должна быть удалена из состава портфеля.

Обобщая, можно сказать, что наиболее оптимальной для ПАО «Татнефть» будет являться стратегия устойчивого роста и развития вертикальной интеграции.

Проведем анализ отрасли и конкурентной среды в таблице 1.15.

Таблица 1.15 - Карта анализа отрасли и конкурентной среды

Направления анализа	Показатели	Фактические показатели
1	2	3
Основные экономические характеристики	Размер рынка	Крупный рынок
	Масштабы конкуренции	Мировой
	Темпы роста рынка	4% ,что для данной отрасли считается нормальным

Продолжение таблицы 1.15

1	2	3
	Число конкурентов	Доминирует ограниченное число крупных фирм
	Количество покупателей	Большое количество покупателей в России и за рубежом
	Интеграция	Вертикальная интеграция на линии технологической цепочки от добычи сырья до переработки и сбыта
	Барьеры	Довольно высоки
	Дифференциация	Продукция фирм - конкурентов не сильно отличается друг от друга
	Уровень прибыли	Высокая возможность получения сверхприбыли
Анализ конкурентной среды	Напряженность конкурентной борьбы между продавцами	Средняя; орудия конкурентной борьбы: качество товара
	Угроза выхода на рынок новых фирм	Крайне мала
	Степень влияния поставщиков	Угрозы со стороны поставщиков нет, отношения с ними уже хорошо отлажены
	Степень влияния покупателей	Они могут выбрать другую компанию, но существует приверженность к бренду и особое внимание к качеству
Движущие силы	Увеличение потребителей в России и мире	Рост потребителей (автовладельцев)
	Развитие технологий и инноваций	Способствует увеличению дохода и улучшению конкурентного положения

Продолжение таблицы 1.15

1	2	3
	Увеличение капитальных вложений в отрасль	Привлечение новых инвесторов, чтобы позволить большее количество проектов
	Развитие инфраструктуры	Не прибегать к помощи посреднических компаний или к услугам конкурирующих фирм, значительная экономия
	Усиления государственного регулирования	Ужесточения государственного регулирования и контроля
Конкурентная позиция компании	Благоприятная позиция	«ТНК-ВР» невысокая доля рынка, доля добычи нефти и газового конденсата, малое количество сбытовых организаций
	Неблагоприятная позиция	«Газпром», «Лукойл» высокая доля рынка, доля добычи нефти и газового конденсата, большое количество сбытовых организаций
Анализ конкурентов	«Газпром»	Комбинация стратегий наступления и обороны Удержание существующей доли рынка (темпы роста равны темпам роста отрасли)
	«Лукойл»	Комбинация стратегий наступления и обороны Компания пытается изменить свое положения на рынке (усилить свою позицию)

Окончание таблицы 1.15

1	2	3
	«ТНК-ВР»	Консервативная стратегия следования за кем-то Компания пытается изменить свое положения на рынке (усилить свою позицию)
Ключевые факторы успеха	КФУ, относящиеся к производству	Экономия на масштабах производства, качество продукции
	КФУ, относящиеся к реализации продукции	Большое количество сбытовых организаций, наличие точек розничной торговли
	КФУ, относящиеся к маркетингу	Система бонусов и скидок в розничной торговле
	КФУ, связанные с организационными возможностями	Эффективное руководство компаний, принципы прозрачного и ответственного управления
	Прочие КФУ	Благоприятный имидж, репутация компании, выгодное расположение
Перспективы отрасли и ее общая привлекательность	Факторы, делающие отрасль привлекательной	Потенциал роста отрасли, стабильность спроса, благоприятное влияние на отрасль движущих сил
	Факторы, делающие отрасль не привлекательной	Высоки барьеры, в отрасли доминирует определенное количество крупных фирм
	Перспективы получения прибыли	Возможность получения сверхприбыли

У компании имеется ряд весьма сильных сторон, при умелом использовании которых компания может добиться значительных преимуществ перед конкурентами. Но, с другой стороны, наличие угроз заставляет

руководство компании постоянно отслеживать все изменения во внешней и внутренней среде с тем, чтобы своевременно отреагировать и не допустить нежелательных последствий.

Безусловно, успех любой компании зависит еще и от того, кто ей руководит, от того, насколько эти люди способны правильно оценивать ситуацию и принимать правильные решения в условиях нестабильной внешней среды.

Если компания будет придерживаться принятой политики, то в ближайшем будущем ей удастся реализовать самые перспективные свои планы, а именно войти в тройку лидеров ведущих энергетических компаний мира.

Анализ внешней среды показывает, что устойчивому ПАО «Татнефть» в перспективе будут угрожать следующие негативные тенденции:

- ужесточение требований законодательства (в том числе и на международном уровне) и потребителей к качеству выпускаемой продукции;
- усиливающаяся конкуренция на рынке жидких углеводородов и нефти как на внутреннем, так и международном уровне;
- рост цен на приобретаемые ресурсы под влиянием колебаний цен на мировых рынках;
- высокая динамичность изменения товаропотоков под влиянием колебаний конъюнктуры мировых рынков, непостоянства цены, объёмов спроса и предложения серы за какой-либо приемлемый по длительности фиксированный промежуток времени.

В результате проведенного стратегического управленческого анализа были выявлены основные стратегические направления деятельности ПАО «Татнефть», а также проблемы факторы внешней и внутренней среды. На основе полученных данных нами разработаны предложения по разработке эффективной стратегии деятельности ПАО «Татнефть».

2. Анализ стратегии ценообразования на примере ПАО «Татнефть»

2.1 Оценка структуры и динамики ценообразования на предприятии

Характер рынка, на котором реализуются услуги предприятия, определяет основные цели ценовой стратегии предприятия, а именно: максимизация прибыли; оптимальное увеличение сбыта.

Кроме того, монопольный характер рынка реализации продукции позволяет предприятию формировать оптовые и розничные цены по методу следования за рыночными ценами.

Этот метод предусматривает определение цен при условии, что каждый продавец, продающий данный товар на рынке или предлагающий соответствующую услугу, устанавливает цены, уважая обычаи ценообразования и уровень цен, сложившийся на рынке, исходя из реально существующего уровня рыночных цен и при этом, существенно не нарушая этот уровень.

Средняя цена на любой вид продукции предприятия включает в себя: договорную цену закупа соответствующего оборудования, и наценку, покрывающую расходы предприятия на ремонт, восстановление и реализацию оборудования.

Для характеристики существующего уровня цен на рис. 2.1 приведена динамика оптовых цен на отдельные виды услуг, реализуемых предприятием в анализируемом периоде.

Как наглядно представлено на рисунке 2.1, в основном изменению подлежат цены на менее дорогие услуги. Так цена на текущий и капитальный ремонт буровых скважин колеблется в пределах 12%. В то время как цены на обеспечение систем очистки бурения и другие более мелкие услуги колеблются в пределах 27%.

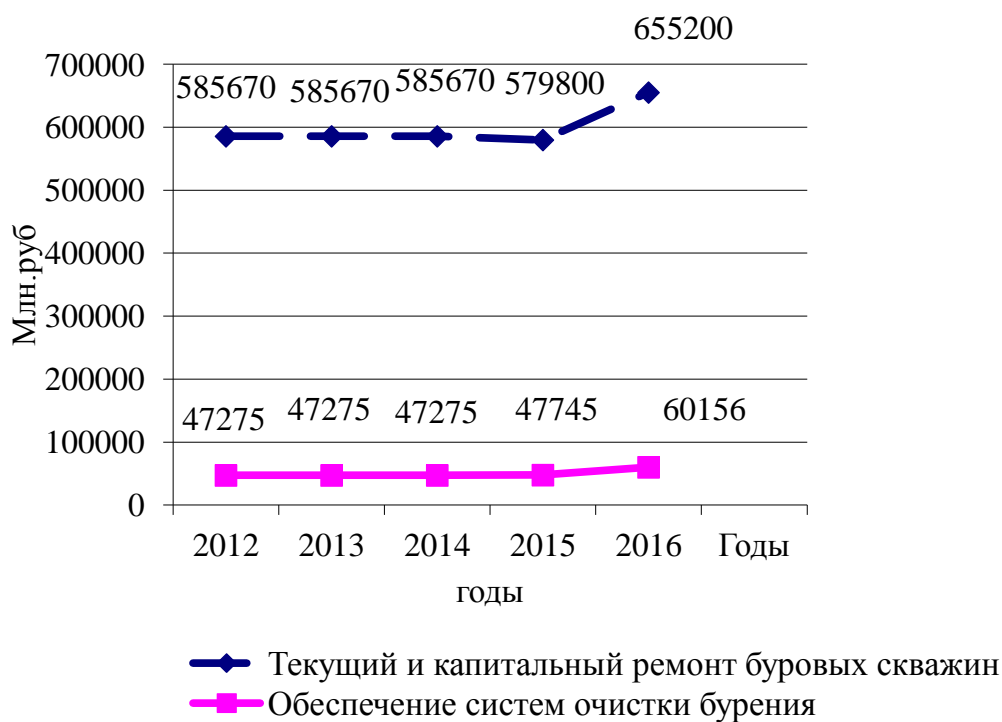


Рисунок 2.1 -Динамика цен на отдельные виды услуг ПАО «Татнефть»

Несмотря на то, что на графике наблюдается некоторое снижение цен в 2015 году, говорить об общей тенденции их снижения не приходится, так как средняя цена за единицу услуги повышалась в каждой точке анализируемого периода.

Так как цена, назначенная продавцом, так или иначе, отражается на уровне спроса на товар, по данным таблицы 1.15 рассмотрим динамику коэффициента эластичности услуг, реализуемых предприятием.

Для наглядности динамика коэффициента эластичности в анализируемом периоде приведена на рисунке 2.2.



Рисунок 2.2 -Динамика коэффициента эластичности спроса на услуги
ПАО «Газнефть»

Динамика коэффициента эластичности, приведенная на рисунке 2.2, свидетельствует о том, что спрос на услуги предприятия совершенно не эластичен, так как любое изменение цены объема спроса совершенно не меняет.

Например, с 2013 по 2015 годы при повышении цены объем спроса снижается более низкими темпами, чем растет цена.

Так повышение цены в данном периоде времени на 3227 руб. за услугу, или на 18%, сопровождается ростом спроса на 46240 ед. услуг или на 125%.

В итоге, рост спроса опережает рост цен на 107%.

В 2016 году рост цены на 15% снизил объем спроса на 46% от уровня предыдущего года.

Значение и динамика коэффициента эластичности спроса свидетельствует о том, что цены предприятия, установленные на среднерыночном уровне, не изменяют спроса на услуги предприятия по причине того, что предприятие является монополистом на данном рынке.

Рассмотрим, как установленные цены перекрывают издержки и формируют прибыль предприятия.

Для наглядности на рисунке 2.3 приведем динамику величины издержек на ед. услуги, цены и прибыли от реализации ед. услуг.

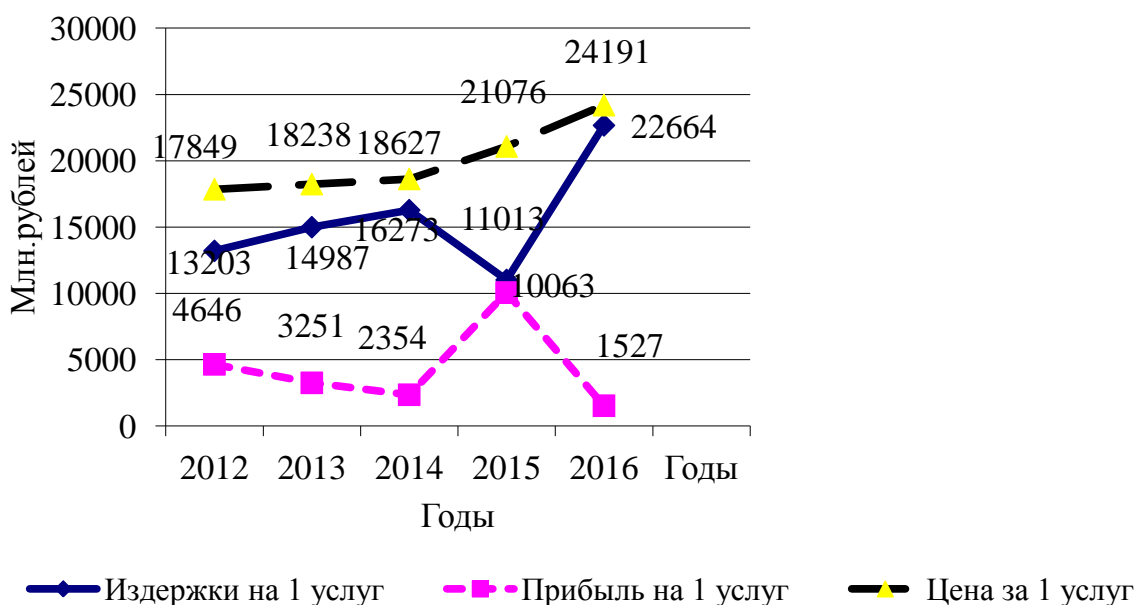


Рисунок 2.3 -Динамика издержек, цены и прибыли на единицу услуг

Существующий уровень рыночных цен на услуги, реализуемые предприятием, в течение всего анализируемого периода перекрывают издержки и дают возможность получать прибыль.

Однако, данная динамика свидетельствует и об уровне непредсказуемости рынка.

Особенно наглядно это видно на примере 2015 года. В этом году цены поднялись на 2449 руб. или на 13% от предыдущего периода. Однако, предприятие смогло заключить выгодный контракт по льготным ценам, в результате уровень затрат снизился на 5260 руб. или на 33%. В результате предприятие получило прибыли с каждой ед. услуги в размере 10063 руб., или 91% от уровня себестоимости продукции.

Иное положение сложилось в 2016 году (в период выхода из финансового кризиса), когда повышение величины издержек на 106% с трудом компенсиро-

валось повышением цены на 15%, в результате прибыль составила 1527 руб. или 7% от себестоимости продукции.

На рисунке 2.4 приведена динамика выручки от реализации и основных составляющих издержек предприятия – переменных (затраты на закупку оборудования) и постоянных затрат (издержки обращения для данного предприятия).

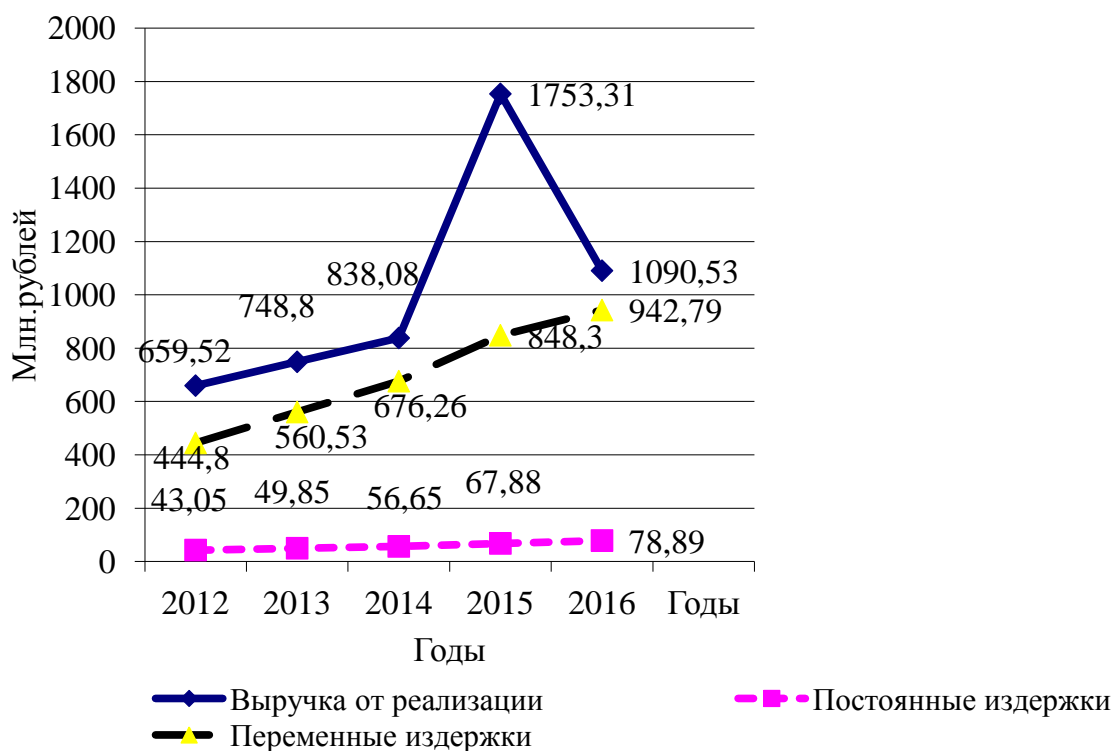


Рисунок 2.4 -Динамика выручки от реализации и издержек

Динамика показателей, приведенных на рис.2.5, свидетельствует о том, что наибольший объем в издержках предприятия, составляют затраты на приобретение оборудования, и наименьший – затраты на его хранение, ремонт и реализацию. Однако, не они определяют выручку от реализации предприятия, а величина рыночных цен на соответствующее оборудование.

Так в 2016 году выручка от реализации увеличилась на 109% от уровня предыдущего периода, а величина переменных затрат только на 25%.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что цена на продукцию предприятия в данном регионе определяется в результате баланса спроса и предложения на относительно небольшие объемы оборудования и не отражающие баланс рынка в целом.

Величина постоянных затрат (затрат на ремонт и реализацию продукции) существенной роли для получения прибыли при существующей системе ценообразования не играют, хотя имеют тенденцию к постоянному росту – 83% за 5 лет анализируемого периода.

Данный вывод подтверждается динамикой безубыточного объема продаж и выручки от реализации, приведенных на рисунке 2.5.

Динамика показателей, приведенных на рисунке 2.5 наглядно свидетельствует об эффективности системы ценообразования на услуги с точки зрения предприятия.

В то же время данные показатели свидетельствуют о наличии у предприятия существенных резервов в части снижения цен в соответствии с потребностями потребителей.



Рисунок 2.5 -Динамика выручки от реализации и безубыточного объема продаж

Для этого необходимо только выбрать «золотую середину» между желанием предприятия получить максимально возможную прибыль и потребностями потребителей в более дешевом и качественном оборудовании.

Однако, так как предприятие не имеет конкурентов, то можно сказать, что оно имеет большие возможности для дальнейшего повышения цен, при этом спрос на его продукцию существенно не понизится.

Оценим систему ценообразования предприятия через величину и динамику его основных экономических показателей в анализируемом периоде.

Несмотря на то, что выручка от реализации продукции за пять лет увеличилась на 431,01 млн. руб. или на 65% балансовая прибыль предприятия снизилась на 102,82 млн. руб. или на 31%; чистая прибыль снизилась на 82,94 млн. руб. или на 60%.

Выполненный в настоящем исследовании анализ системы ценообразования ПАО «Татнефть» позволил сделать следующие выводы:

Спрос на продукцию предприятия совершенно не эластичен, так как любое изменение цены объема спроса совершенно не меняет.

Существующий уровень рыночных цен на услуги, реализуемые предприятием, в течение всего анализируемого периода перекрывают издержки и дают возможность получать прибыль. Однако, данная динамика свидетельствует и об уровне непредсказуемости рынка.

Наибольший объем в издержках предприятия составляют затраты на приобретение оборудования, и наименьший – затраты на его ремонт и реализацию.

Динамика цен на отдельные виды оборудования (произвольно выбранные) свидетельствует об их постоянном повышении.

Оценка эффективности системы ценообразования через динамику основных экономических показателей предприятия свидетельствуют о снижении ее эффективности.

Несмотря на то, что выручка от реализации продукции за пять лет увеличилась на 65%, балансовая прибыль предприятия снизилась на 31%; чистая прибыль снизилась на 60%.

В целях повышения эффективности производственной деятельности в целом в следующей главе предлагается разработка управленческого решения по оптимизации ценообразования на услуги ПАО «Татнефть».

2.2 Анализ ценообразующих факторов и возможностей их регулирования

Для России 2016 год оказался одним из сложных и трудных этапов развития экономики. Политическая нестабильность оказала негативное влияние на экономику страны.

По данным Росстата официальный уровень инфляции составил более 11%, постоянно повышающийся уровень инфляции привел к снижению объема ВВП, сокращению производства и переходу экономики России в состояние рецессии. В прошлом году были достигнуты рекордная девальвация и отток капитала, также наблюдалось резкое снижение инвестиционной привлекательности России [97].

Весной 2016 года на фондовом рынке сложилась кризисная ситуация (многие акции значительно упали в стоимости), поэтому можно говорить о том, что не только российские, но и западные инвесторы потеряли доверие к российским эмитентам. Так же стоит отметить санкции, введенные в отношении России, которые проявляются практически во всех отраслях и негативно воздействуют на экономику страны в целом.

Начиная с 2016 года, сложилась иная ситуация: снижение цен на нефть, это можно объяснить увеличением объемов добычи и высокой рентабельностью добычи сырья из нетрадиционных месторождений, следствием стал переизбыток предложения нефти.

Стоимость нефтяного сырья опустился ниже уровня, который заложен государством в бюджет РФ, что в дальнейшем привлекло к уменьшению доходной части бюджета, сокращению государственных инвестиций в области социальных и здравоохранительных программ [4].

На фоне всей сложившейся ситуации в стране, стоит отметить важность значимости нефтегазовой отрасли. Нефтегазовая промышленность занимает одну из важнейших частей экономики России, по скольку является гарантом энергетической безопасности страны.

Данная отрасль обеспечивает поступление наибольших доходов в бюджет страны, предоставляет возможность финансирования и поддерживать социальную сферу и сектор военной обороны, аккумулировать валютные резервы, а также регулировать уровень внешней задолженности.

Существование современной российской экономики нельзя представить без производимой данной отраслью продукции.

На сегодняшний день в отрасли наблюдается негативная тенденция увеличения обанкротившихся предприятий, сокращение производственных мощностей и численности работников, которые повышают уровень безработицы.

Безработица напрямую связана с рынком труда и занятости населения. Такой показатель как безработица, является индикатором состояния экономики страны. Чем ниже уровень безработицы, тем оптимистичней экономическая ситуация и выше уровень жизни населения. Одной из задач государства, является снижение уровня безработицы до минимального значения.

В 2016 году был зафиксирован минимальный уровень безработицы за последние 14 лет (5,2 %), что по меркам европейских стандартов не является высоким уровнем данного показателя. Однако, при сравнении уровня безработицы по итогам первого квартала 2015 года с аналогичным периодом 2016 года, можно говорить о том, что численность безработных стала возрастать.

Учитывая негативную тенденцию увеличения уровня безработицы, можно предположить, что нефтегазовый сектор имеет возможность оказать позитивное влияние на тренд численности безработного населения.

Наибольший интерес сложившейся ситуации представляет деятельность ПАО «Татнефть», которая показывает позитивную реакцию на сложности в мировой экономике. В 2016 году выручка от реализации компании составила 5,5 трлн. рублей, этот показатель увеличился на 17,2% по сравнению с 2015 годом. Несмотря на негативные влияния снижающейся цены на нефть, ПАО «Татнефть»

Показала высокие результаты в нефтяной отрасли. Стоит учитывать, что частично падение цены было компенсировано обесцениванием курса рубля. Для того чтобы разобраться в причинах роста объема выручки, целесообразно провести анализ выручки от реализации компании [3;4;6,с.3-5].

Анализ выручки от реализации предприятия и изучение факторов, которые имеют влияние на данный показатель, является важным аспектом аналитической работы компании. Факторный анализ выручки компании был произведен с помощью методов корреляционного и регрессивного анализа статистических данных, на основе которых выявлены показатели. Имеющие наибольшее влияние на него, а также определили их направленность [1,с.353;2,с.157].

Аспектом аналитической работы компании.

На основе финансовой отчетности компании ПАО «Татнефть» (2000 - 2016 годов) был произведен корреляционный и регрессионный анализ, и того которого стало построение регрессионной модели выявления показателей, которые повлияли на выручку.

Представим полученные в результате произведенного корреляционного анализа данные, зависимости между выручкой и факторами, которые оказывают на нее влияние таблица 2.1.

Таблица 2.1 – Основные факторы, влияющие на выручку от реализации предприятия

Показатели	Выручка от реализации и доход от ассоциированных и совместных предприятий (Y), млрд. руб.
Выручка от реализации и доход от ассоциированных и совместных предприятий (Y)	1
Средняя цена на сырую нефть, за баррель (X1)	0,81
Реализация нефти (X2)	0,95
Реализация газа (X3)	0,79
Реализация продуктов нефтехимии(X3)	0,9
Капитальные затраты (X4)	0,89
Налог на добычу полезных ископаемых (X5)	0,94
Акцизы (X6)	0,91
Стоимость приобретенной нефти, газа, нефтепродуктов и услуг по переработке (X7)	0,86

Исходя из данных выше приведенной таблицы, можно говорить о том, что на выручку от реализации оказывают влияние все факторы, которые были рассмотрены. При этом связь между признаками является весьма сильной и прямой-при увеличении какого-либо фактора, значение выручки от реализации также возрастает.

Наибольшее влияние на показатель выручки имеет объем реализованной нефти и налог на добычу полезных ископаемых. Минимальный уровень связи из рассмотренных факторов выявлен между выручкой от реализации средней ценой на нефть и объемом реализованного газа.

Полученная модель регрессии имеет следующий вид:

$$Y = 321.3 + 7.5 * X1 + 0.4 * X2 + 7.98 * X3 - 7.6 * X4 + 0.4 * X5 - 0.4 * X6 + 13.2 * X7 + 0.5 * X8 \quad (2.1)$$

Так как наблюдаемое значение F- статистики (2956,2) значительно превосходит ее критическое значение (3.7) то гипотеза о равенстве вектора коэффициентов отвергается с вероятностью ошибки, равной 0,05.

Следовательно, хотя бы один элемент вектора

$$X = (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8)T \quad (2.2)$$

Значимо отличаются от нуля. Величина R - квадрат характеризует долю общей дисперсии зависимой переменной, обусловленную воздействием объясняющих переменных.

Таким образом, около 99 % вариации выручки от реализации объясняется вариацией исследуемых факторов. Оценим качество уравнения регрессии с помощью ошибки абсолютной аппроксимации. Средняя ошибка аппроксимации равна 3,5% , поскольку ошибка меньше 15%, то данное уравнение можно использовать в качестве регрессии. Таким образом, можно сделать вывод, что модель достаточно адекватно отражает исследуемый процесс.

На основании полученного регрессионного уравнения можно сделать вывод: коэффициент регрессии X1 показывает, что при росте средней цены нефти на единицу выручки компании увеличивается на 7,5 единиц при неизменности остальных факторов. Аналогичная ситуация складывается у показателей X2 – объем реализуемой нефти, X3 – объем реализованного газа, X5 – капитальные затраты, X7 – акцизные пошлины и X8 – стоимость приобретенной нефти и продуктов нефтепереработки, при увеличении этих показателей так же на единицу выручка от реализации предприятия возрастает, но не так значительно (в сравнении с показателем X1) в соответствии с показателем в модели регрессии.

Если говорить о показателях объема реализации продуктов нефтехимии (X4) и налоге на добычу полезных ископаемых (X6), то значение их коэффициентов регрессии говорит о том, что при их росте на единицу выручка от реализации уменьшаются на 7,6 единиц и 0,4 единицы соответственно.

На основании вышесказанного можно заключить, что организация имеет максимальную зависимость от средней цены за баррель нефти, а этот показатель имеет высокую степень влияния на выручку. Текущее состояние цен на нефть, указывает на то, что нефтяная компания имеет высокие потери.

Снижение цен на нефть провоцирует компании, занимающиеся добычей нефти, сокращая инвестиционные потоки в разведку и добычу углеводородов, уменьшая и операционные расходы, что в свою очередь приводит к возникновению угрозы сокращения рабочего персонала и банкротства компании.

Вместе с этим, можно заметить, что повышение объемов реализации продуктов нефтехимии приводит к снижению выручки компании, следовательно, дальнейшее разработка продуктов нефтехимии не является целесообразной. Данная ситуация могла возникнуть в связи с увеличением стоимости производства продукции нефтехимии (нерентабельность данного вида продукции).

Факторами, послужившими к увеличению объема выручки, стали рост объемов реализации нефти и газа, которые были рассмотрены регрессионные модели, однако важным условием роста явилось эффективное и качественное управление структуры реализации продуктов.

Приобретение такого конкурентного преимущества стало возможным благодаря невысоким затратам на разведку и добычу нефти и газопродуктов, поскольку себестоимость добычи была уменьшена на 9,3% по сравнению с 2015 годом. капитальные затраты на разведку в 2016 году так же были сокращены на 1,4 от объема прошлогодних затрат.

Несмотря на то, что в 2016 году сложилась сложная экономическая ситуация как в стране, так и во всем мире, свободный денежный поток компании ПАО «Татнефть» вырос практически в 2,5 раза и составил 596 млрд. рублей, что стало результатом эффективного управления и контроля за оборотными средствами капиталом [6, с.2].

Ухудшение экономических условий не вызвало негативного результата в компании ПАО «Татнефть» эффективные и четкие управленческие решения, оптимизации на затрат оптимизации затрат на добычи нефти и газа, а так же снижение капитальных затрат привели к увеличению объема выручки и чистого дохода компании.

ПАО «Татнефть» имеет планы не только поддерживать добычу на уже установленном уровне, но и разрабатывать новые месторождения углеводородов. Согласно программе развития новых месторождений нефти компанией ПАО «Татнефть» до 2020 года, планируется освоить месторождение в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке: район Ванкора (Сузун, Тагул, Лодочное, ТаасЮрях, Юрубчено Тохомское), Красноярский край, и Ямалоненецкий район (Мессояхинское месторождение, Роспан), продолжается разработка месторождений в Арктике.

Благодаря реализации данных проектов до 2020 года удастся привлечь инвестиции и более 300 млрд. рублей. Реализация данных проектов должна обеспечить пополнение бюджета на 14 трлн. рублей. Итогом реализации программы развития месторождения в регионах станет создание более 300 тыс. рабочих мест. При таком положительном развитии деятельности компании и осуществлении планов, отрасль будет совершенствоваться и модернизироваться, появятся новые рабочие места, что позволит снизить уровень безработицы, повысить число экономически активного населения, что в свою очередь окажет благоприятное влияние на экономику страны в целом [5;6, с.5-7].

Нужно учитывать, что нефтегазовая промышленность является базисом экономики России, и изменения в этой отрасли оказывают серьезное влияние на экономику страны в целом.

Проанализировав деятельность ПАО «Татнефть», а так же официальные данные, можно говорить о том, что компания показала высокие результаты и получила лучшие результаты в 2016 году по сравнению с крупнейшими нефтяными компаниями России.

Это говорит о том, что несмотря на сложившуюся ситуацию в нефтяной отрасли есть перспективы развития, модернизации и получения сверхприбыли, а так же возможность создания и улучшения новых рабочих мест, что является на сегодняшний день одной из важнейших задач.

2.3 Эффективность деятельности предприятия на рынке

Сочетание применения высокотехнологичного оборудования, новейших современных технологий и ведущего персонала дает возможность обеспечивать выполнение работ для заказчика в кратчайшие сроки и с наибольшей эффективностью.

Цена, назначенная продавцом, отражается на уровне спроса на товар. Уровень спроса на оборудование, реализуемое предприятием, определим через динамику коэффициента эластичности, для чего выполним расчет коэффициента прямой эластичности спроса по цене.

В таблице 2.2 приведены исходные данные для расчета вышеуказанного коэффициента для ПАО «Татнефть».

Таблица 2.2 - Исходные данные для определения спроса на продукцию ПАО «Татнефть»

Показатели	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6
Объем реализации, тыс. тонн	36,950	40,972	44,993	83,190	45,080
Изменение объема реализации от уровня предыдущего периода, тыс. тонн	+0,956	+4,022	+4,021	+45,197	-38,110
Средняя цена реализации, (без налогов), руб. за тонну	17849	18238	18627	21076	24191

Окончание таблица 2.2

1	2	3	4	5	6
Изменение средней цены реализации от уровня предыдущего периода, руб. за тонну	+157	+389	+389	+2449	+3115
Объем выручки от реализации, млн. руб.	659,52	747,25	838,08	1753,31	1090,53
Изменение выручки от реализации от уровня предыдущего периода, млн. руб.	+15,10	87,73	90,83	+1045,61	-662,78

На основании данных приведенных в таблице 2.2, выполним расчет коэффициента эластичности:

$$\text{За 2012 год} = 956 / 36950 + 157 / 17849 = 0,034$$

$$\text{За 2013 год} = 4022 / 40972 + 389 / 18238 = 0,119$$

$$\text{За 2014 год} = 4021 / 44993 + 389 / 18627 = 0,110$$

$$\text{За 2015 год} = 45197 / 83190 + 2449 / 21076 = 0,659$$

$$\text{За 2016 год} = -38110 / 45080 + 3115 / 24191 = -0,716$$

Идеальным значением для рассчитанного коэффициента является значение равное 1, при котором объем спроса изменяется теми же темпами, что и цена, но в противоположном направлении. Для наглядности рассчитанные коэффициенты эластичности объединим в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Динамика коэффициентов эластичности ПАО «Татнефть», ед.

Показатели	Годы				
	2012	2013	2014	2015	2016
Коэффициент эластичности	0,034	0,119	0,110	0,659	-0,716
Изменение	-	+0,085	-0,009	+0,549	-1,375

Для оценки существующей системы цен и структуры издержек предприятия в таблице 2.4 выполним маркетинговый анализ деятельности предприятия в анализируемом периоде.

Таблица 2.4 - Анализ безубыточности ПАО «Татнефть»

Показатели	Годы					Изменения	
	2012	2013	2014	2015	2016	+,-	%
Выручка от реализации, млн. руб.	659,52	748,80	838,08	1753,31	1090,53	+431,01	165
Постоянные затраты, млн. руб.	43,05	49,85	56,65	67,88	78,89	+35,84	183
Переменные затраты на весь объем реализованной продукции, млн. руб.	444,80	560,53	676,26	848,30	942,79	+349,99	212
Общая сумма затрат, млн. руб.	487,85	610,38	732,91	916,18	1021,68	+1633,83	209
Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	171,67	138,42	105,17	837,13	68,85	-102,82	40
Маржинальный доход, млн. руб.	214,72	188,27	161,82	905,01	147,74	-66,98	69
Доля маржинального дохода в выручке от реализации, ед.	0,326	0,251	0,193	0,516	0,135	-0,191	41
Безубыточный объем продаж, млн. руб.	132,05	198,60	293,52	131,55	584,37	+452,32	442
Зона безопасности, млн. руб.	527,47	550,20	544,56	1621,76	506,16	-21,31	96
Коэффициент безопасности, %	80	73	65	92	46	-34	58

Оценить эффективности существующей системы ценообразования предприятия можно через динамику его основных экономических показателей в анализируемом периоде представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности

Показатели	Годы					Изменения	
	2012	2013	2014	2015	2016	+,-	%
Выручка от продаж, млн. руб.	659,52	748,8	838,08	1753,31	1090,53	+431,01	165
Себестоимость, млн. руб.	487,85	610,38	732,91	916,18	1021,68	+533,83	209
Балансовая прибыль, млн. руб.	171,67	138,42	105,17	837,13	68,85	-102,82	40
Чистая прибыль, млн. руб.	138,44	111,63	84,81	675,1	55,5	-82,94	40

Оценку существующей системы ценообразования можно выполнить также через динамику рентабельности продаж и затрат, рассчитанных через величину балансовой прибыли предприятия.

Рассчитанные коэффициенты рентабельности объединим в таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Динамика показателей рентабельности ПАО «Татнефть», ед.

Показатели	Годы					Изменения
	2012	2013	2014	2015	2016	
Коэффициент рентабельности продаж	0,260	0,185	0,125	0,477	0,063	-0,197
Коэффициент рентабельности затрат	0,352	0,227	0,143	0,914	0,067	-0,285

При этом динамику рентабельности продаж можно рассматривать, как оценку ценовой стратегии предприятия, а динамику рентабельности затрат, как оценку его закупочной деятельности.

Выполним расчет коэффициента рентабельности продаж:

$$\text{За 2012 год} = 171,67 / 659,52 = 0,260$$

$$\text{За 2013 год} = 138,42 / 748,8 = 0,185$$

$$\text{За 2014 год} = 105,17 / 838,08 = 0,125$$

$$\text{За 2015 год} = 837,13 / 1753,31 = 0,477$$

$$\text{За 2016 год} = 68,85 / 1090,53 = 0,063$$

Выполним расчет коэффициента рентабельности затрат:

$$\text{За 2012 год} = 171,67 / 487,75 = 0,352$$

$$\text{За 2013 год} = 138,42 / 610,38 = 0,227$$

$$\text{За 2014 год} = 105,17 / 732,91 = 0,143$$

$$\text{За 2015 год} = 837,13 / 916,18 = 0,914$$

$$\text{За 2016 год} = 68,85 / 1021,68 = 0,067$$

Таким образом, оценка системы ценообразования предприятия через динамику рентабельности продаж и затрат показала, что наблюдается снижение рентабельности как продаж, так и затрат: снижение рентабельности продаж составляет 76%, снижение рентабельности затрат – 81%.

При этом динамика рентабельности продаж рассмотрена, как оценка ценовой стратегии предприятия, а динамика рентабельности затрат, как оценка его закупочной деятельности.

Превышение темпов снижения рентабельности затрат над темпами снижением рентабельности продаж на 5% характеризует ценовую стратегию предприятия в анализируемом периоде с положительной стороны.

В целях повышения эффективности производственной деятельности в целом предлагается разработка модели взаимосвязи финансовой и маркетинговой стратегии в виде ценовой политики фирмы с использованием современных направлений и методов ценообразования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

Процесс ценообразования в рыночных условиях должен организовываться с учетом следующих принципов: обеспечение увязки ценообразования с общей политикой управления прибылью; обеспечение комплексности подхода к установлению уровня цен на товар в сочетании с уровнем послепродажного обслуживания покупателей; осуществление активной ценовой политики на рынке; обеспечение высокой динамики ценообразования. Особенности ценообразования на нефть определяется тем, что мировой нефтяной рынок подвержен постоянным изменениям в сторону расширения многообразия внутренней структуры.

Оценка эффективности системы ценообразования через динамику основных экономических показателей предприятия свидетельствуют о снижении ее эффективности: несмотря на то, что выручка от реализации продукции за пять лет увеличилась на 65%, балансовая прибыль предприятия снизилась на 31%; чистая прибыль снизилась на 60%.

Оценка системы ценообразования предприятия через динамику рентабельности продаж и затрат показала, что наблюдается снижение рентабельности как продаж, так и затрат: снижение рентабельности продаж составляет 76%, снижение рентабельности затрат – 81%.

При этом динамика рентабельности продаж рассмотрена, как оценка ценовой стратегии предприятия, а динамика рентабельности затрат, как оценка его закупочной деятельности.

Превышение темпов снижения рентабельности затрат над темпами снижением рентабельности продаж на 5% характеризует ценовую стратегию предприятия в анализируемом периоде с положительной стороны.

В целях повышения эффективности производственной деятельности в целом предлагается разработка модели взаимосвязи финансовой и маркетинговой

стратегии в виде ценовой политики фирмы с использованием современных направлений и методов ценообразования.

Исходя из этого, сформулирована следующая цель предлагаемого управленческого решения: разработать ценовую политику фирмы с использованием современных направлений и методов ценообразования, которая позволит увеличить прибыль и долю рынка продукции предприятия.

Для достижения поставленных целей в условиях ПАО «Татнефть» в 2016 году выявлены следующие альтернативы:

Первая альтернатива. Оставить существующую систему ценообразования - по методу следования за рыночными ценами.

Вторая альтернатива. Установить систему ценообразования по методу «издержки + прибыль».

Третья альтернатива. Установить систему ценообразования с использованием метода маржинального анализа.

Для выбора нужной альтернативы выполнен расчет интегрального показателя для каждой альтернативы. По результатам оценки лучшей признана первая альтернатива.

Однако, близость показателей оценки альтернатив позволяет дополнить первую альтернативу аналитическими возможностями других методов ценообразования, что отразить в политике ценообразования фирмы.

В результате, руководству ПАО «Татнефть» предлагается принять следующее управленческое решение на основе взаимосвязи финансовой и маркетинговой стратегии фирмы: разработать политику ценообразования фирмы на 2020 год на основе существующего метода ценообразования - следования за рыночными ценами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.
- 2 Гражданский кодекс (1,2 и 3 части с изменениями и дополнениями).
- 3 Налоговый кодекс Российской Федерации – часть первая от 31 июля 2014 г. № 146 – ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117 – ФЗ (с изменениями и дополнениями).
- 4 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197 – ФЗ (с изменениями и дополнениями).
- 5 Абрютин М.С. Ценообразование в рыночной экономике: Учебник. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2015.
- 6 Абрютин М.С., Грачёв А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие.- 2-е изд., испр. – М: Издательство «Дело и сервис», 2015.
- 7 Бакланов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: ФиС, 2015.
- 8 Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: Учебное пособие, Москва «Финансы и статистика», 2012.
- 9 Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т.2.- К.: «Ника-Центр», Эльга, 2015.
- 10 Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: «Ника – Центр», 2015.
- 11 Варламова З.Н., Косова С.А. Маркетинг и стратегическое планирование: Учебное пособие. – Курган: Издательство Курганского государственного университета, 2014.
- 12 Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы. – М.: Финстатинформ, 2015.
- 13 Герасименко В.В. Эффективное ценообразование, рыночные ориентиры. Международный центр финансово-экономического развития. – М., 2014.

- 14 Грищенко В.Н., Демидова Л.Г., Петров А.Н. Теоретические основы прогнозирования и планирования.- СПб.: СПбГУЭиФ, 2015.
- 15 Гусев В. Экономика и организация безопасности хозяйствующих субъектов. Учебник. – М.: Дело, 2015.
- 16 Денисова И.П. Управление издержками и ценообразование: Учебное пособие. – М.: Экспертное бюро, 2015.
- 17 Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учебное пособие/ Перевод с немецкого А.М. Маркова: Под ред. И.С. Минько. – М.: Высшая школа, 2015.
- 18 Ермолович Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.- Минск: БГЭУ, 2015.
- 19 Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: Бухгалтерский учет, 2013.
- 20 Желтякова И.А., Маховикова Г.А. и др. Цены и ценообразование: Тесты и задачи. – СПб: Питер, 2015.
- 21 Ковалёв В.В., Волкова О.Н. Анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия. М.: ПБОЮЛ Грищенко Е.М., 2015.
- 22 Ковалёв В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчётности. – 2 – е изд., перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2015.
- 23 Конопляник А.В. Куда исчезли справочные цены? // Нефть России. 2015, №7
- 24 Конопляник А.В. От прямого счета – к обратному // Нефть России. 2015, №8
- 25 Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2015 г.
- 26 Кузнецов Ю.В., Подлесных В.И.- Менеджмент: Учебное пособие для ВУЗов. СПб: Изд. Дом «Бизнес – пресса», 2015.
- 27 Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование: Учебник для вузов. – М.: БЕК, 2012.

- 28 Маркетинг: Учебник для вузов / Под общ. Ре. Л.Г. Багиева. – М.: Экономика, 2014.
- 29 Маркетинг: Учебник / Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, КЖИТИ, 2015.
- 30 Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, обновление, маркетинг. Том 2. – М.: Внешторгиздат, 2015.
- 31 Негашев Е.В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка.- М.: Высшая школа, 2012.
- 32 Нэгл Т.Т., Холден Р.К. Стратегия и тактика ценообразования. – 2- изд. – СПб: Питер, 2015.
- 33 Павлова Л.И. Финансы предприятий: Учебник для вузов. – М.: Финансы. ЮНИТИ, 2013.
- 34 Панков Д.А. Современные методы анализа финансового положения. – Минск: Профит, 2015.
- 35 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., пер. и доп. – Минск: ООО «Новое знание», 2014.
- 36 Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
- 37 Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: российская практика. – М.: Перспектива, 2012.
- 38 Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: Учебник для вузов. М.: ГУ ВШЭ, 2015.
- 39 Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Изд-во ЭКМОС, 2015.
- 40 Цены и ценообразование: Учебник / Под ред. Н.К. Сашмисанова, О.В. Португалова и др. – М.: ТК Всеби, Изд-во Проспект, 2015.
- 41 Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. В.Е. Есипова. – 3- изд. – СПб: Издательство «Питер», 2014.

42 Цены и ценообразование в рыночной экономике. Ч.2. Цены и рыночная конъюнктура./ под ред. Есипова В.Е.-СПб.: издательство СПбГУЭФ, 2013.

43 Ценообразование: Учебное пособие / Под ред.Г.А. Токтарова. – М.: Финансы и статистика, 2015.

44 Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия: Методическое пособие. – М.: Инфра-М, 2014.

45 Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа.- 3-е изд., перер. И доп.- М: ИНФРА-М, 2015.

46 Шуляк П.Н. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. – 2-е изд. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2015.

47 Финансовый менеджмент: Учебное пособие/Под ред. Проф. Е.И. Шохина. – М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2015.

48 Эванс Дж. Берман Б. Маркетинг. Сокр. Пер. с англ./ Авт. Предисл. И науч. Ред. А.А. Горячев. – М.: Экономика, 2015.

49 Кашницкий Л.А. и методе калькулирования себестоимости сопряженной продукции в нефтяной промышленности,- М.: ЦНИИТЭнефтехим, 2012. - 58 с.

50 Кириллова Н. До randevу рукой подать// Риск.- 2014.- №1,- С.39-43.

51 Колядов Л.В. Митрофанова Л.В., Ахреев Ю.А. Как осваивают российские нефтяные компании внутренний рынок нефтепродуктов// Нефть и бизнес.- 2015 - №3,- С.22 -26.

52 Колядов Л.В. Митрофанова Л.В., Ахреев Ю.А. Путь преодоления кризиса// Нефть и бизнес,- 2016.- №1,- С.2-5.

53 Конь М Л. Нефтеперерабатывающая и нефтехимическая промышленность за рубежом -М.: Химия. 2012.-183 с.

54 Кочетков А. Носов И. Не думай об издержках с высокока// Нефть и капитал. - 2016. - №4. - С 39 - 42.

55 Кривчиков М.С. Ценообразование в отраслях с комплексным использованием сырья (на примере нефтехимических производств).- М.: 2017.- 41 с.

56 Кудинов Ю. Кузовкии А. Соотношение российских и мировых цен на энергоносители-Экономист.- 2016.- №б.- С.35 - 40.

57 Лобанская Л.П. АлдашкинФ.Н, Калькулирование и анализ себестоимости в нефтепереработке: Учеб. пособие. - М.: 2015.

58 Лопатина С.Ю. Планирование себестоимости продукции на нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятиях: Учеб. пособие. - М.: МИНХИГП. 2012. 69 с.

59 ЛысоваТ. Гришаков Д. Юкос + Сибнефть: требуйте долги/ Эксперт. - 2017. - №3. - С. 16-21. /1

60 Мелконян Р.Г. Экологические проблемы нефтегазового сектора/ Нефть, газ и бизнес - 2014.- Ж1 -2 - С.60-64.

61 Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги. Утв. Министерством экономики РФ От 06.12.14.

62 Мовсисян А. О стратегии государственного регулирования экономики// Экономист.- 2014. - №10. - С.18-29.

63 Мухин В. Российские вертикально интегрированные компании: проблемы управления/- Вопросы экономики. - 2013. - №1. - С. 148-159.

64 Нефтеперерабатывающая и нефтехимическая промышленность М.: ЦНИИТЭнефтехим, 2012. -114 с.

65 Нефтеперерабатывающая и нефтехимическая промышленность зарубежных стран. - М.: ЦНИИТЭнефтехим, 2012.- 167 с.

66 Нефтеперерабатывающая промышленность СССР и ведущих капиталистических стран за 1986-1990 гг. - М.: ЦНИИТЭнефтехим. 2014 г. - 69с,

67 Нефтяники предсказывают правительству выход из кризиса// Нефть России.- 2014 -№10-11-С. 8-9.

68 Отт В. Хорошо информированный оптимизм// Нефть России.- 2014.- №10-11.-С. 11 -13.

69 Переработка нефти и рынок нефтепродуктов в России/7 <http://www.kortes.com>.

70 Письмо Госкомцен РФ. Минфина РФ и Госналогслужбы РФ от 1.12.92.

71 Проблема разработки методики тарифов на транспортировку нефти/ Нефть и капитал.- 2012. - № 6 - 7. - С 50-52.

72 Работа нефтяного комплекса России в 2016 п. Нефть и бизнес. - 2016.№5- 6,- С.32 - 40.

73 Россия и страны мира;экономико-статистический аспект// Вопросы статистики - 2012. - №11. - С.35 -46.

74 Танкаев Р.У. Авраменко Н.В. Интегрированные компании нефтегазодобывающие предприятия// М. ИнфоТЭК-КОНСАЛТ, 2014 - 27 с.

75 Танкаев Р.У. Мельникова С.А. Мазут/ Маркетинговые исследования нефтяного рынка России. Вып.3. - М.: ИнфоТЭК-КОНСАЛТ. 2014,- 55 с.

76 Тарифы по-американски// Нефть и капитал,- 2014. - №6-7. - С.51.

77 Уланов В.Л. Конкуренция и конкурентоспособность продукции химии и нефтепереработки. - М : ЦНИИТЭнефтехим. 2015. - 84с.

78 УманскийМ.М. Рентабельность нефтеперерабатывающего производства и пути ее повышения - М. Химия, 2014.- 65 с.

79 Усакова Н. Емельянов В. Шаг в сторону Европы/7 Нефть России.- 2014,- №12,- С.7.

80 Цагарели Д.В. Нефтяное пространство и экономика// Нефть, газ и бизнес.- 2015. - №4. -С. 20-23.

81 Цагарели Д.В. Нефтепродуктовое обеспечение России// Российский экономический журнал. - 2015 - №8.- С.46-50.

82 Цены на энергию в экономике России// Вопросы прогнозирования.- 2016.- №3. - С.3 - 33.

83 Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия: Методическое пособие. - М.: ИНФРА-М. 2014. - 224 с.

- 84 Чумаченко Н.Г. Учет и анализ в промышленном производстве США. - М.: Финансы, 2012, - 240 с.
- 85 Шарифов В.С. Откуда текут бензиновые реки- Волгоград: Б.м.-2013.- 135 с,
- 86 Экономика, организация и управление в нефтеперерабатывающей и нефтехимической промышленности.- М.: ЦНИИТЭнефтехим. 2015,- 31 с.
- 87 Экономическое обозрение России.- М.:ТРИНФИКО,2016. - 61 с.
- 88 Экономическое развитие России в 2016 году /' Вопросы экономики. - 2014.- № 3. - С. 136-147.
- 89 Эпоха фискальных экспериментов/7 Эксперт. - 2016. - №3. - С.14-15.
- 90 Берко Н. Налог на прибыль: учет по новому, Экономика и жизнь, 2013, №12, 26 с.
- 91 Валевиц Р.П. Экономика торгового предприятия, Минск: Высшейш. шк., 2012 - 367 с.
- 92 Волков О.И. Экономика предприятия (фирмы): учебник для вузов, 3-е изд., перераб. и доп., М.: ИНФРА-М, 2012 - 601 с.
- 93 Гребнева А.И. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов, М.: Экономика, 2015 - 238 с.
- 94 Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебник практикум. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 336с.
- 95 Гукасян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы: учебное пособие. - 3-е изд., дополн. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 199с.
- 96 Донцова Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности. - М.: ДИС, 2012 - 457 с.
- 97 Ефимова О.В. Финансовый анализ. - М.: Бухгалтерский учёт, 2014 - 256 с.
- 98 Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле, Минск: Высшейш. шк., 2014

- 99 Лозовский Л. Словарь - справочник предпринимателя/ Л. Лозовский, Б. Райзберг. М.: Ось, 2012. - 194с.
- 100 Макконелл Кэмпбелл Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т. Т.2:Пер. с англ. 11-го изд. М.: Республика, 2015 - 400 с.
- 101 Михайлова-Станюта И.А. Оценка финансового состояния предприятия - Минск: Наука и техника, 2014 - 254 с.
- 102 Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70 000 слов/Под ред. Н.Ю. Шведовой.-23-е изд., испр.- М.: Рус. яз., 2014. - 870с.
- 103 Панкрухин А.П. Маркетинг: учебник. - 5-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2017. - 656с.: ил., табл.
- 104 Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): учебник. М.: Дашков и К, 2013. - 1012с.
- 105 Райзберг Б.А. Курс экономики: учебник. - 4-е изд., перераб. и дополн. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 672с.
- 106 Рубинштейн Е.И. Современные проблемы экономического развития и управления: сборник научных трудов экономического факультета / Е.И.Рубинштейн. - Сургут: СурГУ, 2013. - 196с.
- 107 Сафронов Н.А. Экономика предприятия: учебник. - М.: Юристъ, 2012. - 608с.
- 108 Соломатина А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учебное пособие, М.:ИНФРА-М, 2015 - 295 с.
- 109 Сысоева С.В. Книга директора магазина: практические рекомендации/С.В.Сысоева. - Санкт-Петербург : Питер, 2015. - 384с.
- 110 Тактарова Г.А. Ценообразование: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 176с.
- 111 Терещенко Н.Н. Планирование деятельности торгового предприятия: учебное пособие Красноярск, 2012 - 112 с.
- 112 Чечевицина Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник, 2-е изд. М.: Маркетинг, 2015 - 352 с.

113 Шабалин Е.М. Как избежать банкротства: учебник. - М.: ИНФРА-М, 2015 - 125 с.

114 Юров В.Ф. Прибыль в розничной экономике: вопросы теории и практики М.: Финансы и статистика, 2014 - 144 с.

115 <http://www.yukos.ru> – Официальный сайт ПАО НК «ЮКОС»

116 <http://info.olmagroup.ru> – Сайт инвестиционной компании «ОЛМА»

117 <http://www.russianoil.ru> – Интернет-портал «Русская нефть»

118 <http://www.dinform.ru> – Сайт Агентства финансовой информации «Консультант»

119 <http://www.ifs.ru> – Сайт Института Финансовых Исследований

120 Официальный сайт ПАО «Татнефть». Режим доступа: <http://www.tatneft.ru/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А
Организационная структура ПАО «Татнефть»

Таблица А.1 – Организационная структура ПАО «Татнефть»

СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ ПАО «ТАТНЕФТЬ»		
Нефтегазопереработка и реализация нефти и нефтепродуктов	Правление и исполнительный аппарат ПАО «Татнефть»	Нефтехимическое производство
1	2	3
Управление по реализации нефти Управление по реализации проектов строительства Управление Татнефтегазпереработка ПАО «ТАНЕКО» ООО «Татнефть-АЗС Центр» ООО «Татнефть-АЗС-Запад» ООО «Татнефть-АЗС-Сибирь» ООО «Татнефть-АЗС-ЮГ» ООО «Татнефть-АЗС-Украина» ООО «Татнефть-Транс»ИООО «Татбелнефтепродукт» ООО «Саймен» ООО «Харьков-Капитал» ООО «Полтава-Капитал»	Нефтегазодобыча НГДУ «Альметьев-нефть»НГДУ «Азнакаевск-нефть»НГДУ «Бавлынефть»НГДУ «Джалильнефть»НГДУ «Елховнефть»НГДУ «Лениногорск-нефть»НГДУ «Нурлатнефть»НГДУ «Прикамнефть»НГДУ «Ямашнефть» Дочерние и зависимые общества по добыче нефти ООО «Татнефть-Абдулино» ООО «Татнефть-Северный» ООО «Татнефть-Самара» ПАО «Илекнефть»	ООО «УК «Татнефть-Нефтехим» ПАО «Нижнекамскшина» ООО «Нижнекамский завод грузовых шин» ООО «НЗШ ЦМК» ПАО «Нижнекамский механический завод» ПАО «Ярполимермаш-Татнефть» ПАО «Нижнекамсктехуглерод» ООО «Татнефть-Нефтехимснаб» ООО «Торговый дом «КАМА» ООО «П-Д Татнефть-Алабуга Стекловолокно»
Теплоэлектроэнергетика	ПАО «Абдулинскнефтегаз» ПАО «Калмтатнефть»* ПАО «Калмнефтегаз» ПАО «Севергеология»* ПАО «Севергазнефтепром»* ПАО «Ямбулойл»*	Научно-техническое и организационное сопровождение

Окончание таблица А.1

1	2	3
<p>ООО «Нижекамская ТЭЦ» ООО «Татнефть-Энергосбыт» ПАО «Альметьевские тепловые сети»</p>	<p>Обеспечение основного производства</p>	<p>Институт «ТатНИПИ-нефть» НИИ Инженерный центр ООО «НТЦ Татнефть» (в Сколково) ООО НПЦ «Нефтегазовые технологии» ООО НПЦ «Нефтегазовые и химические технологии» ООО «ИПТ «Идея-Юго-Восток»</p>
<p>Филиалы и представительства</p>	<p>Татнефтьснаб ООО «УПТЖ для ППД»</p>	<p>Корпоративный центр по консолидации активов и имущества</p>
<p>Представительство в Москве Представительство в Ираке Представительство на Украине Филиал в Ливии Филиал в Туркменистане</p>	<p>Татарское геологоразведочное управление Бугульминский механический завод Автотранспортное предприятие ООО «Татнефть-УРС» ООО «Лениногорское управление тампонажных работ» ООО «Торгово-технический дом Татнефть»</p>	<p>Управление по арендным отношениям ООО «Татнефть-Актив»</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Показатели бухгалтерской отчетности ПАО "Татнефть" за 2016 г., тыс. руб.

Бухгалтерский баланс за 2016 год		
Показатели	На 31.12.2015	На 31.12.2016
<u>Актив, тыс. руб.</u>		
Основные средства	183 510 882	207 011 450
Долгосрочные финансовые вложения	234 265 798	253 078 329
Запасы и НДС по приобретенным ценностям	30 903 900	37 342 029
Дебиторская задолженность	106 472 523	88 128 999
Краткосрочные финансовые вложения	28 266 335	55 736 376
Денежные средства	8 393 083	21 949 639
Прочие активы	47 005 205	65 054 941
Всего активов	638 817 726	728 301 763
<u>Пассив, тыс. руб.</u>		
Собственный капитал	545 328 976	624 417 269
в т.ч. нераспределенная прибыль	530 650 255	609 147 154
Заемные средства	3 964 757	4 577 953
Кредиторская задолженность	45 497 449	56 573 009
Прочие пассивы	44 026 544	42 733 532
Всего пассивов	638 817 726	728 301 763

Отчет о финансовых результатах за 2016 год	
Выручка	486 176 316
Себестоимость продаж	(312 524 760)
Валовая прибыль	173 651 556
Коммерческие расходы	(36 919 888)
Прочие доходы и расходы	(3 167 312)
Прибыль до налогообложения	133 564 356
Налог на прибыль, изменение налоговых обязательств и прочее	(28 740 307)
Чистая прибыль отчетного года	104 824 049

Рисунок Б.1 – Бухгалтерский баланс ПАО «Татнефть» за 2016 г ..