

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра менеджмента организации

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа

38.03.02 Менеджмент

Выполнила:
студентка 4 курса группы
05001225
очного отделения
Бибик М.И.

Научный руководитель:
старший преподаватель
Винник А.Е.

БЕЛГОРОД 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические основы организации экспортной деятельности предприятия	6
1.1 Сущность и виды внешнеэкономической деятельности и экспортных операций.....	6
1.2 Механизм реализации экспортной деятельности предприятия.....	16
Глава 2 Анализ и совершенствование экспортной деятельности ОАО «Лебединский ГОК».....	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	23
2.2 Анализ и оценка экспортного потенциала предприятия.....	34
2.3 Мероприятия по совершенствованию экспортной деятельности комбината и обоснование их эффективности	48
Заключение.....	54
Список литературы.....	58
Приложение.....	63

Введение

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

Интеграция России и, соответственно, отечественных хозяйствующих субъектов в мировую экономику требует их постоянного развития. Возрастает значимость внешнеторговой деятельности, как для всей экономики, так и для экономики отдельного региона и предприятия. Рост объемов внешнеторгового оборота обеспечивается в первую очередь за счет ускоренного роста объемов экспорта продукции.

Оживление экспортной деятельности является основой для оздоровления и дальнейшего развития экономики, поскольку экспорт является главным источником поступления валюты, которая необходима для закупок за рубежом оборудования, товаров и обеспечения финансовой стабильности. Экспортная деятельность приобрела большое значение для экономики, так как многие промышленные предприятия являются экспортоориентированными, а значительная часть федерального бюджета формируется за счет таможенных платежей от экспортной деятельности предприятий.

Внеэкономическая деятельность предприятия - это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной интеграцией и кооперацией, экспортом и импортом товаров и услуг, выходом на внешний рынок. Внеэкономическая деятельность является составной частью всей работы большинства предприятий России. Внеэкономическая деятельность является одной из важнейших сфер деятельности российских предприятий на современном этапе.

Объектом исследования выступает открытое акционерное общество

«Лебединский горно-обогатительный комбинат» (ОАО «Лебединский ГОК»), занимающийся добычей и обогащением железистых кварцитов, а так же производством высококачественного сырья для черной металлургии.

Предметом исследования является экспортная деятельность ОАО «Лебединский ГОК».

Цель выпускной квалификационной работы заключается в оценке состояния и выявлении тенденций развития внешнеэкономической деятельности ОАО «Лебединский ГОК», а также в разработке мероприятий, направленных на повышение эффективности экспортной деятельности предприятия и обосновании их эффективности. Для достижения поставленной цели – необходимо решить следующие **задачи**:

1. Рассмотреть теоретические аспекты организации экспортной деятельности предприятия.
2. Оценить организационно – экономическое состояние ОАО «Лебединский ГОК».
3. Провести анализ и оценку экспортного потенциала ОАО «Лебединский ГОК».
4. Разработать мероприятия по совершенствованию экспортной деятельности ОАО «Лебединский ГОК» и обосновать их эффективность.

Теоретико-методологическая база исследования: при написании выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические разработки в сфере изучения внешнеэкономической деятельности предприятия, систематизирован опыт повышения экспортной деятельности предприятия на материале исследований как отечественных, так и зарубежных авторов, таких как Азоев Г.Л.[4], Волчков А.Н. [12], Клочков В.В.[21], Драчева Е.П.[16], Кузьменко В.[24], Криворотов В. В.[23], Лебедева Н.Н.[27], Львова А.[30], Лупикова Е.В.[29], Напхоненко Н.В.[38] и другие.

Эмпирическая база исследования: представлена нормативно – правовыми актами Российской Федерации, данными комитета госстатистики по Белгородской области, публикациями в периодических изданиях,

официальными Интернет - ресурсами, а также внутренней документацией ОАО «Лебединский ГОК».

Методы исследования: общеметодологическим основанием для выпускной квалификационной работы послужили системный, сравнительный и структурно-функциональный методы. В работе также применялись метод анализа, анализа документов, сравнения, экспертных оценок и прогнозирования.

Практическая значимость исследования заключается в разработке мероприятий, направленных на повышение эффективности внешнеэкономической деятельности ОАО «Лебединский ГОК», что будет способствовать укреплению конкурентных позиций продукции и в целом предприятия, как на национальном, так и на мировом рынке.

Структура выпускной квалификационной работы: выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Глава 1 Теоретические основы организации экспортной деятельности предприятия

1.1 Сущность и виды внешнеэкономической деятельности и экспортных операций

Понятие «внешнеэкономическая деятельность» как таковое в России появилось только в 1987 году, с началом осуществления внешнеэкономических реформ, суть которых сводилась к децентрализации внешней торговли и переходу от межправительственных внешнеэкономических связей к внешнеэкономической деятельности (ВЭД) на уровне предприятий.

Исходным принципом ВЭД предприятий служит коммерческий расчёт на основе хозяйственной и финансовой самостоятельности и самокупаемости с учётом собственных валютно-финансовых и материально-технических возможностей.

Субъекты ВЭД – юридические и физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью и могут осуществлять ВЭД.

Сущность ВЭД как категории характеризуют ее функции:

1. организация и обслуживание международного экономического обмена Данная функция заключается в доведении продуктов, получаемых в процессе международного разделения труда (МРТ), до конкретных потребителей;

2. международное признание потребительной стоимости продуктов международного разделения труда. В процессе выполнения второй функции происходит завершение акта международных товарно-денежных отношений – обмен продукта МРТ на деньги, в результате чего потребительная стоимость, заключенная в продукте обмена, получает международное признание;

3. организация международного денежного обращения заключается в создании условий для непрерывного движения денег в процессе международных расчетов [7].

ВЭД – это коммерческая деятельность субъектов предпринимательской деятельности, связанная с их участием в международных экономических отношениях и представляет собой реализацию внешнеэкономических связей (ВЭС) той или иной страны.

Понятие внешнеторговая деятельность (ВТД) было первоначально сформулировано в Федеральном законе от 13 октября 1995 г. № 157-ФЗ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности», а затем скорректировано в Федеральном законе от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» в Российской Федерации: «внешнеторговая деятельность – деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью» [1].

Формами внешнеторговой деятельности являются экспорт, импорт, реэкспорт и реимпорт. На рисунке 1.1.1 представлены виды внешнеэкономической деятельности предприятия.

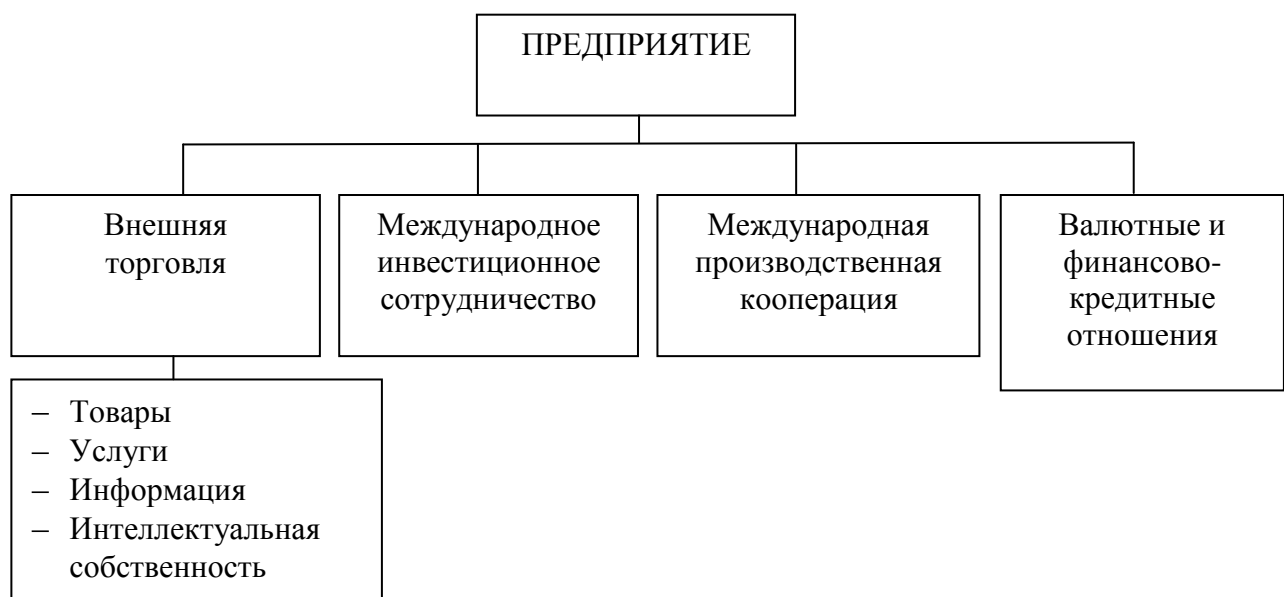


Рисунок 1.1.1 - Виды внешнеэкономической деятельности предприятия

Суть внешнеэкономической деятельности предприятия заключается:

- в выборе внешнего рынка и иностранного партнера;
- в выборе номенклатуры и ассортиментной группы;
- в выборе цены и стоимости контракта;
- в определении объемов и сроков поставок.

Предпосылкой успешной деятельности каждого предприятия является хорошо продуманная функциональная структура и рациональная система управления, а эффективность управления, в свою очередь, зависит от выбора организационной структуры. В целом организационная система управления должна обеспечивать маневренность производства, необходимость которой может быть обусловлена изменениями уровня спроса или действиями конкурентов, снижением цен, падением доли фирмы на рынке и т.п.

Управление ВЭД предприятия – это воздействие на процессы подготовки и реализации внешнеэкономических операций, ориентированное на получение прибыли, повышение рентабельности посредством участия в международном разделении труда [13].

Сущность управления проявляется в функциях, выражающих направление или стадии осуществления целенаправленного воздействия на связи и отношения людей в процессе управления:

1) планирование ВЭД, предполагающее разработку плана производства и реализации экспортной продукции, валютных потоков (доходов и расходов), НИОКР и т.п.;

2) организация ВЭД, заключающаяся в выборе оптимальной организационной структуры управления;

3) координация (регулирование) – корректирующее целенаправленное воздействие на специалистов, осуществляющих отдельные операции по реализации ВЭД;

4) стимулирование (активизация) – материальное и моральное поощрение работников, их мотивация;

5) контроль – систематическое наблюдение (мониторинг) за деятельностью специалистов, сопоставление плановых и реальных результатов ВЭД.

При организации управления ВЭД предприятия должны соблюдаться следующие принципы:

- самостоятельность в принятии решений;
- сочетание прав, обязанностей и ответственности;
- учет национальных экономических интересов;
- свобода выбора партнера по ВЭД;
- обеспечение эффективности ВЭД.

На производственном предприятии выбор формы организации службы ВЭД определяется:

- видом хозяйственной деятельности предприятия (промышленная, аграрная, торговая и т.п.);
- мотивами и потребностями, побуждающими к участию в международном разделении труда (экспорт, импорт, привлечение иностранных инвестиций, участие в международной кооперации и др.);
- степенью интернационализации производственной деятельности (уже участвует или только намерено включиться в международные операции, количество и характер уже освоенных внешних рынков);
- методами реализации продукции фирмы (самостоятельные экспортные операции или через посредников);
- масштабом предприятия и объемом его фактического и потенциального экспорта, что определяет количественные параметры службы управления ВЭД;
- характером внешнеэкономических операций (осуществление их на постоянной основе или периодически, время от времени).

От этих факторов зависит форма организации управления ВЭД. Если на предприятии планируется осуществлять единичные внешнеторговые опе-

рации с разовой или периодической поставкой, то достаточно привлечения к работе одного специалиста.

Отдел внешнеэкономической деятельности создается в структуре управления предприятием при постоянном характере экспортных и других внешнеэкономических операций, нацеленности на их расширение. Департамент по ВЭД целесообразно создавать при крупных компаниях, ориентированных на внешнеэкономические операции, носящие постоянный, устойчивый характер, как правило, на долгосрочных условиях.

Внешнеторговые фирмы (ВТФ) входят в состав крупных объединений с масштабными внешнеэкономическими операциями (как правило, с правами юридического лица, существующие в форме Торговых домов). Кроме того, организация управления ВЭД предприятия осуществляется при помощи национальных специализированных и государственных посредников или услуг иностранных посредников.

В целом выбор в пользу той или иной организационной структуры управления ВЭД и ее эффективность определяются степенью ее приспособления и адаптации к изменяющимся условиям рыночной среды.

В практике российских предприятий на современном этапе наиболее распространены отделы ВЭД (ОВЭД), департаменты ВЭД и внешнеторговые фирмы. Общим для всех форм организации управления ВЭД предприятия выступают их функциональная направленность и решаемые задачи.

Основной функцией организации управления ВЭД является углубление торговых отношений с иностранными партнерами. В соответствии с этим задачи всех форм организации управления ВЭД сводятся к следующим:

- планирование, организация и непосредственное осуществление внешнеэкономических сделок в рамках утвержденной номенклатуры;
- наращивание объемов экспорта, совершенствование его товарной и региональной структуры;
- повышение эффективности импортных закупок в соответствии со стратегией развития предприятия;

- повышение конкурентоспособности продукции за рубежом, содействие улучшению ее качества за счет сбора и анализа рекламаций и отзывов клиентов, доведения соответствующей информации до разработчиков и производителей продукции;

- изучение и анализ конъюнктуры мирового рынка соответствующей продукции, разработка предложений по совершенствованию внешнеэкономических операций;

- систематическое изучение деятельности важнейших отечественных и зарубежных конкурентов, анализ их сильных и слабых сторон;

- налаживание научно-технического и производственно-инвестиционного сотрудничества с фирмами зарубежных стран;

- участие во внешнеторговом ценообразовании, разработке ценовой стратегии и политики предприятия;

- контроль за выполнением обязательств по заключенным контрактам: контроль за организацией отгрузки, страхования, таможенной очистки и транспортировки товаров, контроль платежно-расчетных операций, анализ рекламаций;

- анализ эффективности внешнеэкономических операций;

- организация и участие в проведении переговоров с зарубежными партнерами;

- подготовка предложений по рекламным акциям, по участию в международных выставках, ярмарках[14].

Основой всей ВЭД является внешняя торговля, включающая экспорт и импорт разнообразных товаров в материально-вещественной форме, товарообменные операции, оказание различных услуг, выполнение тех или иных работ при взаимодействии с иностранными контрагентами и т.д.

Экспортная операция представляет собой деятельность, направленную на продажу и вывоз за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту. Для продавца не имеет значения, что будет

делать с этим товаром покупатель – пустит в переработку, реализует на внутреннем рынке или перепродает в третьей стране. Для продавца и его страны в любом случае это будет экспортная операция. Ее основными признаками являются заключение контракта с иностранным контрагентом и пересечение товаром границы страны - экспортера. Необходимым условием экспортной операции является наличие товара, пользующегося спросом на внешнем рынке.

В федеральном законе «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ. дается следующее определение экспорта: «Экспорт – вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе» [1].

Факт экспорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы РФ, предоставления услуг и прав на результаты интеллектуальной деятельности.

К экспорту товаров приравниваются отдельные коммерческие операции без вывоза товаров с таможенной территории РФ за границу, в частности, при закупке иностранным лицом товара у российского лица и передаче его другому российскому лицу для переработки и последующего вывоза переработанного товара за границу.

Выделяют следующие виды экспортных операций:

Реэкспортная операция – коммерческая деятельность направленная на продажу и вывоз из страны ранее ввезенных товаров [1]. Главным условием является – отсутствие переработки этого товара. Согласно нормативным актам РФ с реэкспортными товарами допускаются такие действия как маркировка, упаковка и расфасовка. Обязательным условием этих действий является то, что их стоимость не должна превышать половины экспортной цены контракта.

Выгоды реэкспорта заключаются в следующем:

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

Реэкспортные операции осуществляются двумя способами:

1. Когда товар ввозится в страну реэкспортером и затем из нее продается контрагенту (импортеру);
2. Товар идет напрямую, а расчеты и документация через третью страну.

Экспорт товаров и услуг – это подход к организации международной деятельности фирмы с низким риском выхода на иностранные рынки. Он не требует серьезных изменений в товарном ассортименте фирмы, ее структуре и капитальных затратах. Фирмы экспортируют свою продукцию по разнообразным причинам, чаще всего среди них следующие:

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

По интенсивности и объемам экспортных операций различают нерегулярный и регулярный экспорт. Нерегулярный экспорт характерен для пассивного уровня вовлечения фирмы в международную деятельность, когда она продает излишки своей продукции местным посредникам, представляющим интересы зарубежной фирмы.

Регулярный экспорт ставит своей целью расширить экспортные операции и деятельность фирмы на конкретных иностранных рынках. Его

рассматривают как активное вовлечение фирмы в международную деятельность. Экпортируя товары и услуги, фирма может сама выходить на внешний рынок или опосредованно через внешних специалистов, которые могут находиться в стране или за рубежом. В связи с этим различают прямой экспорт и косвенный [14].

Прямой экспорт предполагает прямые продажи через собственный торговый персонал и применяется в случае, когда легко установить потребителей или они сами выходят на продавца. Организация прямого экспорта может осуществляться с помощью:

- экспортного отдела, который решает все вопросы по продвижению товара на внешний рынок;
- оплачиваемого торгового представителя, который откомандирован за границу и работает только на свое предприятие, хорошо знает товар, защищает его на рынке и т.п.;
- бюро представительства – это команда, главная задача которой заключать сделки, стимулировать и контролировать работу национальных дистрибьюторов;
- технической помощи за рубежом, которая предполагает помощь в составлении проектов, запуск в эксплуатацию оборудования, обучение персонала, передачу знаний в области организации и управления производством.

Косвенный экспорт, или делегирование полномочий без инвестирования, имеет разнообразные формы. Передача полномочий по экспорту предусматривает системы сбыта через сбытовые каналы, находящиеся в одной или нескольких странах и принадлежащие другой фирме. Такую систему сбыта экспортер использует тогда, когда его потенциал слаб, чтобы действовать в одиночку на внешнем рынке. При этом необходимо осторожно выбирать партнеров по экспорту, так как «проиграть» может каждая сторона. Маленькая компания-экспортер рискует, что с ней будут обращаться, как с подчиненной или у посредника появится желание

поглотить ее, если продукция будет иметь успех на рынке. Посредническая компания должна оценить качество продукции и экспортную стратегию фирмы, чтобы не нанести ущерб своему имиджу на внешнем рынке [15].

ОВЭД является структурным подразделением предприятия и осуществляет функции управления ВЭД как элемента единой системы внутрифирменного управления. Как правило, ОВЭД имеет немногочисленный штат сотрудников и линейную структуру управления (рис. 1.1.2).



Рисунок.1.1.2 - Схема примерной организационной структуры ОВЭД

При нарастании объемов внешнеторговых операций, их усложнении происходит преобразование ОВЭД в департамент ВЭД являющийся сравнительно обособленным подразделением предприятия, но не имеющий самостоятельного баланса и организационно-правового статуса, как внешнеторговые фирмы. Структура департамента ВЭД усложняется, и штат сотрудников включает: начальника департамента, заместителя, экономиста по ВЭД, менеджеров по экспорту (импорту), эксперта по таможенному оформлению, специалистов по международному маркетингу, транспортному агентированию, контролю качества экспортной продукции, который взаимодействует с государственными органами (например, с Госстандартом, региональными Администрациями, ТПП и др.), бухгалтера по ВЭД, переводчиков, юриста и др.

Таким образом, внешнеэкономическая деятельность представляет собой реализацию внешнеэкономических связей (ВЭС) той или иной страны. Исходным принципом ВЭД предприятий служит коммерческий расчёт на основе хозяйственной и финансовой самостоятельности и самокупаемости с учётом собственных валютно-финансовых и материально-технических возможностей. Экспорт товаров – это вывоз за границу различных материальных благ или предоставление иностранному партнеру, на возмездной основе производственных услуг, услуг потребительского класса. Экспорт также может выступать и в качестве результата международного разделения труда, кроме этого он выступает одной из материальных предпосылок импорта. Все импортные и экспортные операции связаны между собой.

1.2 Механизм реализации экспортной деятельности предприятия

Для осуществления экспортной операции продавец должен провести комплексное исследование рынка, прежде всего:

- изучить конъюнктуру рынка данного товара, т.е. выявить существующий и ожидаемый спрос на него, на базе имеющихся источников информации определить уровень цен, по которым товар может быть предложен на рынке, тенденции их изменения;

- изучить торгово-политические, транспортные и правовые условия работы на рынке, в частности содержание межправительственных соглашений, регулирующих ввоз товара, систему государственного регулирования внешней торговли в стране – импортере, включая уровень таможенного обложения предлагаемого экспортером товара, нетарифные барьеры – запреты и ограничения порядок использования квот и получение лицензий, требование к сертификации товара, тарифы железных дорог и фрахтовые ставки, законодательство по страхованию, а также

законодательство, регулирующее деятельность иностранных фирм в стране – покупателе, и т.д.;

– изучить фирменную структуру рынка, определить фирмы, которые играют ведущую роль на рынке данного товара и могут быть как потенциальными партнерами, так и конкурентами, исследовать формы и методы их работы на рынке [14].

На основе комплексного изучения рынка экспортеру следует с учетом конкурентоспособности предлагаемого товара определить наиболее целесообразные формы и методы работы на рынке: заключение прямых контрактов с потребителями, организацию сбыта через смешанные общества и совместные предприятия или использование сети иностранных посредников. Экономические расчеты могут подсказать целесообразность использования различных видов встречной торговли, поставки машин и оборудования в разобранном виде или сдачи их в аренду.

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

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

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

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

Оферты могут быть твердыми, свободными и защитными. Твердая оферта направляется только одному возможному покупателю с указанием

срока ее действия. Свободная оферта может быть направлена нескольким покупателям без указания срока действия. Согласие покупателя подтверждается в этом случае твердой контрoferтой. Защитная оферта используется не для осуществления сделок, а для негласного раздела рынка между членами монополистических объединений и содержит условия, явно неприемлемые для покупателя [13].

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

В большинстве случаев путем переписки не удастся решить весь комплекс коммерческих и технических вопросов, и заинтересованные стороны назначают место и время переговоров. При этом более заинтересованная сторона (обычно продавец) едет к покупателю. Но на практике из этого правила бывает много исключений.

После подписания контракта основное внимание экспортера должно быть обращено на организацию контроля за его исполнением. При простой экспортной операции он включает: контроль за изготовлением товара, за своевременным уведомлением о готовности товара к отгрузке и за отгрузкой его в адрес покупателя, за получением от него платежей и оплатой счетов поставщиков, а также за удовлетворением возможных претензий со стороны импортера.

При более сложных экспортных операциях, связанных обычно с поставкой машин и оборудования, контроль за исполнением экспортной операции может включать такие дополнительные этапы, как предварительное согласование технических и других условий поставки товара, поэтапный контроль за изготовлением экспортной продукции, извещение покупателя о готовности товара к приемке, командирование специалистов для монтажа оборудования и проведения пусконаладочных работ и т.д.

Для унификации прав и обязанностей сторон внешнеторгового контракта разработаны специальные базисные условия - Инкотермс-2010, которые вступили в силу с 1.01.2011 г – это международные правила, которые признаны по всему миру, это международные торговые термины.

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

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

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

Таким образом, для осуществления экспортной операции продавец должен провести комплексное исследование рынка. Далее с учетом конкурентоспособности предлагаемого товара, экспортер должен определить наиболее целесообразные формы и методы работы на рынке.

Вариантов экспортных операций может быть бесчисленное множество. Они зависят от характера экспортируемого товара, коммерческих, транспортных или других условий контракта.

1. Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) - совокупность организационно-экономических, производственно-хозяйственных и оперативно-коммерческих функций предприятий, ориентированных на мировой рынок, с учётом избранной внешнеэкономической стратегии, форм и методов работы на зарубежных рынках.

2. Основой всей ВЭД является внешняя торговля, включающая экспорт и импорт разнообразных товаров в материально-вещественной форме, товарообменные операции, оказание различных услуг, выполнение тех или иных работ при взаимодействии с иностранными контрагентами.

3. Управление ВЭД предприятия – это воздействие на процессы подготовки и реализации внешнеэкономических операций, ориентированное на получение прибыли, повышение рентабельности посредством участия в международном разделении труда.

4. Эффективность ВЭД предприятия зависит от обеспечения четко отлаженной системы взаимодействия во внутрифирменной структуре предприятия, осуществляющей реализацию внешнеэкономических операций, обладающей высокой адаптивностью к влиянию внешней среды.

5. Экспорт товаров является достаточно сложной сферой в сфере внешнеэкономической деятельности, потому и существуют специальные инструменты государственного регулирования вывоза товаров за границу (экспорта товаров). К числу таких инструментов относят налоговое и тарифное регулирование, валютный контроль и различные нетарифные средства.

6. Экспорт товаров должен осуществляться в соответствии с определенными требованиями, которые обозначены в законодательстве той или иной страны. Во-первых, экспорт товаров необходимо осуществлять только в том случае, если уплачены все вывозные таможенные пошлины и внесены все необходимые таможенные платежи. Во-вторых, экспорт товаров требует соблюдения всех мер финансовой и экономической политики, также при этом должны предусматриваться и другие требования, предусмотренные Кодексом и различными законодательными актами страны по таможенному делу.

В России на сегодняшний день остро стоят проблемы совершенствования таможенного регулирования внешней торговли, вызванные, изменением внешнеторговых отношений, в рамках которых

Российская Федерация участвует в работе ведущих международных экономических организаций, таких как Таможенный союз ЕврАзЭС или Всемирная торговая организация. Кроме того, о растущей интеграции России в международную торговлю свидетельствует все большее распространение финансовых институтов на территории РФ: транснациональных корпораций и банков, формирование и рост которых стали прямым следствием процессов концентрации капитала и производства, кооперации и специализации Российской Федерации.

Российская Федерация регулирует совокупность общественных отношений, возникающих в связи с перемещением товаров и транспортных средств через таможенную границу. Но сложность совершенствования таможенного регулирования связана не с попыткой увязать его положения с системой международного регулирования, а с необходимостью формирования системного подхода к принятию государственных решений в таможенной сфере. Это обусловлено тем, что таможенное регулирование тесно связано с налогово-бюджетной и денежно-кредитной политикой государства.

Таким образом, экспорт товаров – это вывоз за границу различных материальных благ или предоставление иностранному партнеру на возмездной основе производственных услуг, услуг потребительского класса. Под экспортом капитала понимается вложение средств в те или иные сферы за пределами страны, например, строительство, а также эксплуатация различных объектов и предприятий. В осуществлении экспорта капиталов преследуется одна цель – получение прибыли. Экспорт также может выступать и в качестве результата международного разделения труда, кроме этого он выступает одной из материальных предпосылок импорта. Известно, что именно вырученные средства от экспорта являются основным источником материальных средств для покупки импорта. Все импортные и экспортные операции связаны между собой.

Таким образом, внешнеэкономическая деятельность – это коммерческая деятельность субъектов предпринимательской деятельности, связанная с их участием в международных экономических отношениях. Эта деятельность представляет собой реализацию внешнеэкономических связей (ВЭС) той или иной страны. Исходным принципом ВЭД предприятий служит коммерческий расчёт на основе хозяйственной и финансовой самостоятельности и самоокупаемости с учётом собственных валютно-финансовых и материально-технических возможностей.

Глава 2 Анализ и совершенствование экспортной деятельности ОАО «Лебединский ГОК»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Открытое акционерное общество «Лебединский горно-обогатительный комбинат» (ЛГОК) входит в группу предприятий российского горно-металлургического холдинга «Металлоинвест» и является крупнейшим в России предприятием по добыче, обогащению железистых кварцитов и производству высококачественного сырья для чёрной металлургии. ОАО «Лебединский ГОК» обеспечивает около трети российского экспорта сырья для сталелитейных производств.

Юридический адрес: 309181, Белгородская область, г. Губкин, Промзона, промплощадка ЛГОКа.

Комбинат дважды занесён в Книгу рекордов Гиннеса как предприятие, разрабатывающее уникальное по запасам месторождение железной руды и имеющее крупнейший в мире карьер по добыче негорючих полезных ископаемых. Сырьевой базой Комбината являются магнетитовые железистые кварциты Лебединского и Стойло-Лебединского месторождений. По масштабам запасов, сосредоточенности, качеству и технологическим характеристикам сырьевая база является уникальной. Балансовые запасы магнетитовых железистых кварцитов Лебединского, Стойло-Лебединского месторождений составляют более 6 млрд. тонн, что гарантирует обеспеченность высококачественным сырьём и, следовательно, долгосрочную перспективу развития Комбината.

Лебединский ГОК – единственный в России и СНГ производитель горячебрикетированного железа ГБЖ. Лебединский ГОК ведёт открытым способом разработку железорудного месторождения, подтвержденные запасы которого составляют 3,9 млрд тонн. Основными видами товарной продукции Лебединского ГОКа являются:

- железорудный концентрат;
- неофлюсованные окатыши;
- офлюсованные окатыши;
- ГБЖ.

ОАО «Лебединский ГОК» по разным направлениям деятельности имеет сертификаты соответствия требованиям международных стандартов. Применение требований международных стандартов делает более успешным участие Общества в мировой торговле, повышает его конкурентоспособность и имидж.

«Лебединский ГОК» - открытое акционерное общество, управление которым осуществляется собранием акционеров. Аппарат управления можно разделить на 3 уровня (рис. 2.1.1):

- 1) высший уровень – включающий совет директоров;
- 2) средний уровень представленный центральными службами;
- 3) низший уровень – оперативно-хозяйственные подразделения.

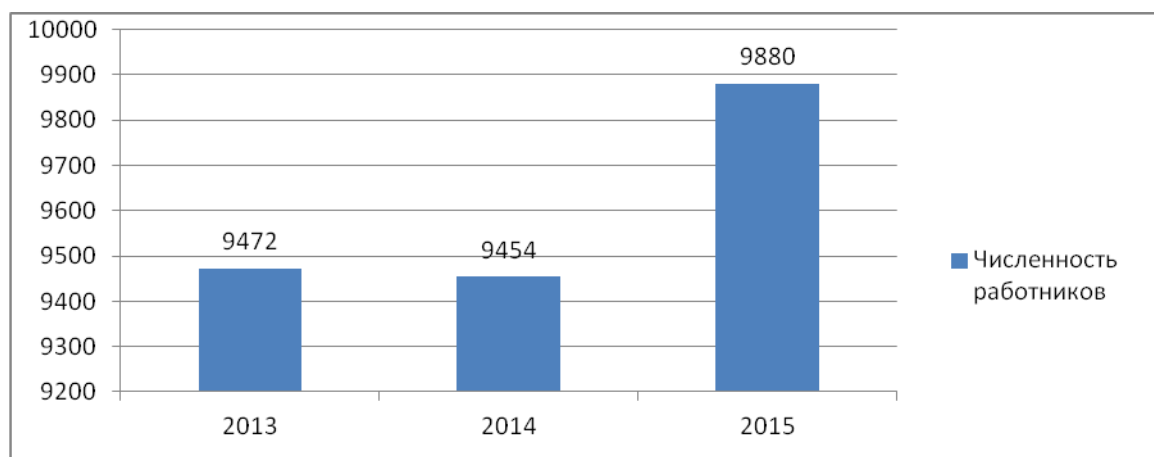


Рисунок 2.1.1 – Организационная структура управления ОАО «Лебединский ГОК»

Высшее руководство представлено советом директоров и правлением. Совет директоров осуществляет выработку общей политики, правление – ее практическую реализацию. Совет директоров выбирается на общем собрании акционеров. Число членов совета директоров определяется уставом предприятия и в последующем может изменяться. Совет директоров играет еще и связующую, координирующую роль, согласовывает и увязывает между собой деятельность различных служб на разных уровнях. Обеспечивает проведение единой линии в руководстве предприятия.

Основными приоритетами кадровой политики ОАО «Лебединский ГОК» является улучшение качества подготовки по основным технологическим профессиям и постоянное повышение престижа горно-металлургических специальностей. Комбинат стремится использовать новые технологии организации рабочих мест, отбора и адаптации сотрудников, их профессиональной подготовки и развития, создает условия для раскрытия их потенциала и повышения вовлеченности.

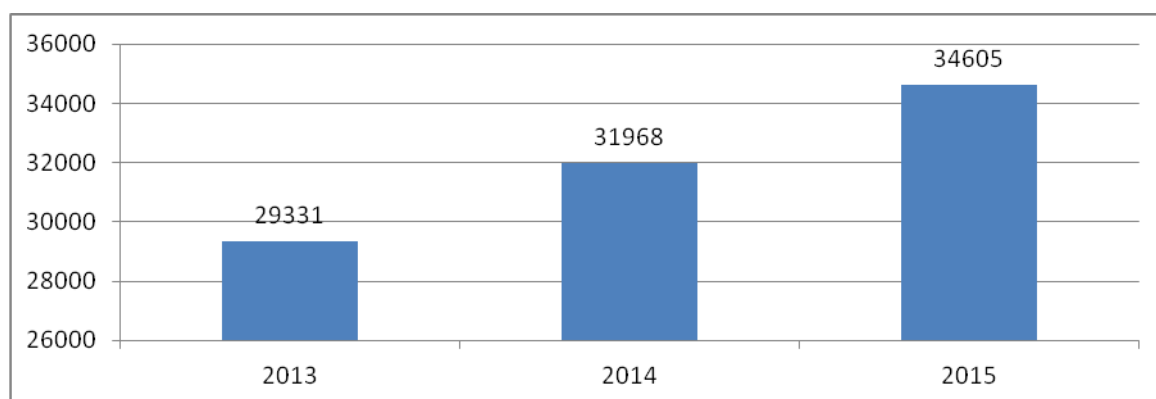
В 2015 г. средняя численность работников ЛГОКа, составила 9880 человек. Наблюдается увеличение числа работников на 426 чел. (+4,31 %) по сравнению с 2014 г. (рис. 2.1.2).



**Рисунок 2.1.2 - Среднесписочная численность работников
ОАО «Лебединский ГОК»**

Численный прирост персонала в основном был связан с реорганизацией функции ремонта и транспорта, а также наймом работников для реализации инвестиционных проектов.

Рост среднемесячного дохода работников ЛГОКа в 2015 г. составил 11,1 % по сравнению с 2014 г. (рис. 2.1.3). При этом стоит отметить, что среднемесячный доход работников комбината превышает уровень среднемесячного дохода по Белгородской области на 63,9 %.



**Рисунок 2.1.3- Среднемесячный доход работников
ОАО «Лебединский ГОК»**

Средний стаж работы сотрудников в организации превышает 10 лет и имеет тенденцию к росту, что свидетельствует о закреплении персонала за предприятием. Текучесть персонала на комбинате находится на оптимальном уровне, позволяющем проводить планомерную работу по обновлению трудового коллектива. Наименьшая текучесть наблюдается в возрастной группе от 30 до 50 лет, что свидетельствует о сбалансированном стабильном коллективе.

Уровень квалификации персонала ЛГОКа растет благодаря системе непрерывной подготовки персонала. Доля персонала с высшим и средним профессиональным образованием превышает 50 %. Структура персонала наглядно представлена на рисунке 2.1.4.

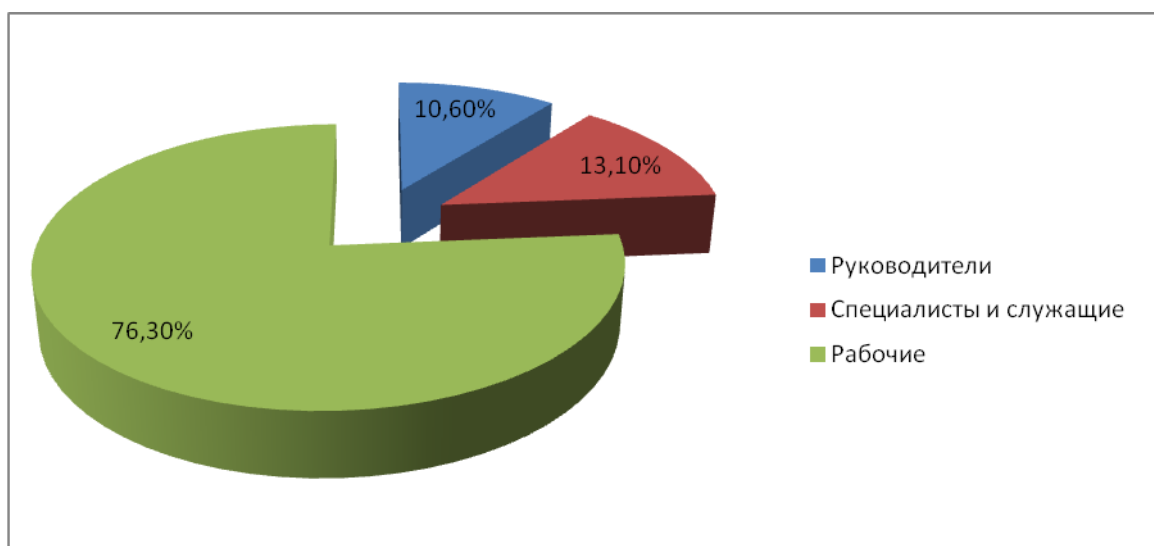


Рисунок 2.1.4 - Структура персонала ОАО «Лебединский ГОК»

Таким образом, основной целью политики Комбината в области управления персоналом является внедрение корпоративных программ обучения с целью повышения квалификации сотрудников, обеспечивающих выполнение поставленных целей и задач, а также обучение персонала, входящего в кадровый резерв.

Технологическая структура производства ОАО «Лебединский ГОК» наглядно представлена на рисунке 2.1.5.



Рисунок 2.1.5 - Технологическая структура производства ОАО «Лебединский ГОК»

Технологический процесс производства продукции включает следующие стадии:

- добыча железистых кварцитов в карьере;
- транспортировка кварцитов на обогатительную фабрику и вскрышных пород в отвалы;
- дробление, измельчение, классификация и обогащение руды, производство железорудного концентрата с массовой долей железа менее 69,5 %;
- дообогащение части железорудного концентрата и получение концентрата с массовой долей железа более 69,5 % для использования в производстве офлюсованных окатышей для последующего восстановления и брикетирования в цехах ГБЖ;
- производство неофлюсованных окатышей из концентрата с массовой долей железа менее 69,5 % для доменного процесса и офлюсованных окатышей из концентрата с массовой долей железа более 69,5 % для цеха ГБЖ;
- производство горячебрикетированного железа (брикетов железной руды).

Результаты финансово-экономической деятельности ОАО «Лебединский ГОК» за 2012-2014 гг. представлены в таблице 2.1.1. Источниками информации для финансового анализа являются бухгалтерский баланс (форма №1) и отчет о прибылях и убытках (форма №2), взятые за период с 2012-2014 гг. (Приложение А).

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод о том, что в структуре активов наибольший удельный вес принадлежит внеоборотным активам. За исследуемый период доля внеоборотных активов остается стабильной и составляет порядка 90% в структуре активов

предприятия. Данная тенденция свидетельствуют о том, что за исследуемый период предприятие активно осуществляет строительство новых объектов и покупку нового оборудования. Соответственно доля оборотных активов предприятия остается стабильной и составляет порядка 10-13% в общей структуре активов.

**Таблица 2.1.1 - Результаты финансово-экономической деятельности
ОАО «Лебединский ГОК», тыс. рублей**

Наименование статей	Период времени, год			Абсолютное отклонение, +,-		Темп прироста, %	
	2012	2013	2014	2014 г. к 2013 г.	2014 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	2014 г. к 2012 г.
Внеоборотные активы	180021478	209569929	250666927	41096998	70645449	19,6	39,2
Оборотные активы	18603293	18254338	53095490	34841152	34492197	190,9	185,4
Капитал и резервы	48857104	58916583	96739612	37823029	47882508	64,2	98,0
Долгосрочные обязательства	101137578	148265800	164903753	16637953	63766175	11,2	63,0
Краткосрочные обязательства	48630089	20641884	42119052	21477168	-6511037	104,0	-13,4
Валовая прибыль	43290433	41417463	35052257	-6365206	-8238176	-15,4	-19,0
Выручка от продаж	67731850	68826706	65434797	-3391909	-2297053	-4,9	-3,4
Себестоимость	24441417	27409243	30382540	2973297	5941123	10,8	24,3
Прибыль от продаж	38485330	35750547	29153661	-6596886	-9331669	-18,5	-24,2
Валюта баланса	198624771	227824267	303762417	75938150	105137646	33,3	53,0

В итоге, активы предприятия на конец 2014 г. увеличились и составили 250666927 тыс. руб., что свидетельствует об обновлении основных фондов, способствующих повышению уровня оснащенности труда

(фондовооруженности), повышению объёмов производства, повышению производительности труда и улучшению качества продукции.

Пассив баланса – это величина обязательств организации. В структуре пассива баланса наибольший удельный вес занимают долгосрочные обязательства, что может свидетельствовать об относительном повышении степени финансовых рисков предприятия. Доля долгосрочных обязательств предприятия в общей структуре пассива на конец исследуемого периода составляет порядка 30% (164903753 тыс. руб.)

Соотношение собственного и заемного капитала предприятия определяет его платежеспособность предприятия. Собственный капитал значительно увеличился за исследуемый период (на 40%) и на конец 2014 г. составил 96739612 тыс. руб.

Согласно данным таблицы 2.1.1 валюта баланса в 2014 г. к 2013 г. повысилась на 33,3 % (75938150 тыс. руб.) и составила в 2014 г. 303762417 тыс. руб.; в 2014 г. по сравнению с 2012 г., увеличилась на 53 %. Увеличение валюты баланса свидетельствует о расширении объема хозяйственной деятельности предприятия.

Наблюдается увеличение себестоимости продукции предприятия, в 2014 году она увеличилась на 2973297 тыс.руб., по сравнению с 2013 годом и составила 30382540 тыс.руб., что связано с увеличением затрат на производство продукции более высокого качества, а также повышением цен на топливо.

В отчетном периоде происходит снижение выручки предприятия, что связано, в первую очередь, со снижением мировых цен на окатыши и железную руду, а также девальвацией рубля. Поэтому, в 2014 году выручка предприятия снизилась на 4,9% и составила 65434797 тыс.руб. В связи с этим происходит снижение прибыли от продаж, по сравнению с 2013 годом она уменьшилась на 6596886 тыс.руб. и составила 29153661 тыс.руб., что в целом ниже на 18,5%.

Можно отметить, что все негативные изменения финансовых показателей связаны с внешними факторами и ухудшением экономического климата в стране, но не смотря на это производится расширение производства, повышение качества продукции и реализуются программы по выходу компании на новые рынки сбыта.

Основными конкурентами комбината на внутреннем рынке являются такие предприятия, как:

- ОАО «Стойленский ГОК»,
- ОАО «Качканарский ГОК «Ванадий»,
- ОАО «Карельский окатыш».

Основные конкуренты на внешнем рынке:

- АО «Соколовско-Сарбайское ГПО» (Казахстан),
- горно-обогатительные комбинаты Украины.

В таблице 2.1.2 приведены данные экспертной оценки ОАО «Лебединский ГОК» и его конкурентов по 10-ти балльной шкале. Каждый фактор в таблице получает оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 10 (доминирующие позиции).

Таблица 2.1.2 - Основные показатели конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности	Основные конкуренты					
	ОАО «Лебединский ГОК»	ОАО «Карельский окатыш»	ОАО «Стойленский ГОК»	ОАО «Качканарский ГОК»	ПАО «Северный ГОК»	АО «Соколовско-Сарбайское ГПО»
Товар						
Качество	10	8	10	9	7	9
Ассортимент	10	7	8	6	4	10
Транспортные услуги	9	6	9	7	8	7
Экологичность	10	8	10	6	8	10
Инновационность	9	3	7	7	6	9
Цена						
Продажная	9	6	9	10	8	10
Скидки с цены	7	8	9	4	4	4
Географическое положение предприятия	10	8	10	6	7	6

Уровень организации ВЭД	10	8	10	9	7	10
Общее количество баллов	84	62	82	64	59	75

Из данных таблицы видно, что наиболее конкурентоспособными предприятиями являются ОАО «Лебединский ГОК» и ОАО «Стойленский ГОК», которые производят широкий ассортимент продуктов с качественными характеристиками, востребованными потребителем. На предприятиях эффективно функционируют системы менеджмента качества, экологического менеджмента и охраны труда, соответствие которых передовым современным национальным и международным стандартам регулярно подтверждается авторитетными независимыми аудиторскими компаниями.

Для деятельности ОАО «Лебединский ГОК» характерна оптимизация и диверсификация рынков сбыта, заключение долгосрочных контрактов на продажу железорудной продукции, что позволяет укрепить и стабилизировать отношения с покупателями для обеспечения уверенности в объемах продаж.

Доля занимаемого рынка каждого основного конкурента ОАО «Лебединский ГОК» наглядно отражена на рисунке 2.1.5.

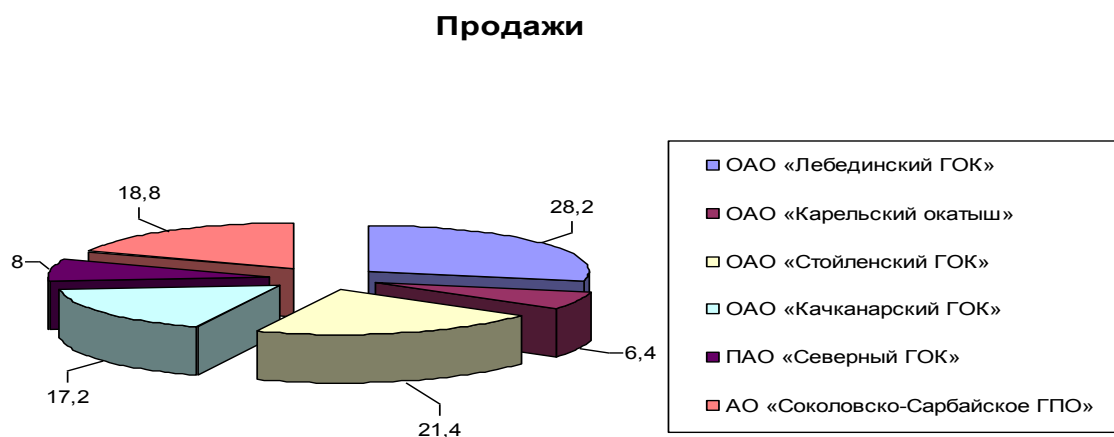


Рисунок 2.1.5 - Доля рынка, занимаемая конкурентами ОАО «Лебединский ГОК»

Исходя из данных рисунка, можно сделать вывод, что наиболее востребованной компанией на рынке является ЛГОК, на него приходится 28,2% от всего рынка продаж.

Таким образом, конкурентными преимуществами ОАО «Лебединский ГОК» на рынке железорудного сырья являются:

- качественные показатели продукции (высокое содержание железа в концентрате и небольшое содержание вредных примесей);
- широкий ассортимент предлагаемых продуктов с различными металлургическими свойствами;
- максимально удобное географическое положение (возможность отгрузки продукции предприятиям в Центральном и Уральском регионах, в Восточную Европу и СНГ);
- безупречная деловая репутация и устойчивые партнёрские отношения с потребителями.

Данные преимущества обуславливают устойчивые позиции комбината на рынках железорудной продукции и снижают риски возникновения сбытовых проблем при резком изменении конъюнктуры рынка.

Наличие сертифицированной системы менеджмента качества является объективным свидетельством того, что ОАО «Лебединский ГОК» способно стабильно поставлять продукцию, отвечающую установленным требованиям потребителя.

Стабильно высокое качество продукции – залог дальнейшего успешного развития комбината, основа лидерства на отечественном и мировом рынках, улучшения экономических показателей и получения прибыли.

Таким образом, обеспеченность запасами руды КМА, развитый производственный и научно-технический потенциал, выгодное географическое положение, наличие густой сети железных и автомобильных

дорог, квалифицированных трудовых ресурсов в регионе создают основу долгосрочного развития горно-металлургического комплекса Белгородской области и всей черной металлургии России.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что деятельность ОАО «Лебединский ГОК» основана на следующих принципах:

- использование ресурсной базы. Максимизация стоимости бизнеса за счёт использования уникальной в мировом масштабе ресурсной базы, а также повышения степени и эффективности использования имеющихся резервов;
- увеличение в структуре производства доли продукции с высокой добавленной стоимостью (горячебрикетированного железа);
- ориентация на растущие рынки сбыта железорудной продукции, в том числе Китая, России и СНГ, стран Ближнего Востока и Северной Африки, Западной и Восточной Европы;
- улучшение операционной эффективности. Ориентируясь на постепенное улучшение экономического климата, общество продолжает фокусировать усилия на снижении затрат и повышении показателей операционной эффективности;

2.2 Анализ и оценка экспортного потенциала предприятия

Основными странами - производителями железной руды являются Австралия, Бразилия, Китай и страны СНГ, на долю которых в 2014 г. пришлось в совокупности 73 % мирового производства. Крупнейшим мировым производителем железной руды является бразильская компания Vale. В 2014 г. компания произвела 320 млн. тонн руды.

Другими крупными производителями являются Rio Tinto (Великобритания) и BHP Billiton (Австралия), которые в 2014 г. произвели 199 млн. тонн и 161 млн. тонн железной руды соответственно. Производство железной руды Metalloinvest в 2014 г. составило 40 млн. тонн. По этому

показателю Компания вошла в пятерку крупнейших мировых производителей (табл. 2.2.5).

Экспорт железной руды растет с опережением увеличения производства. В 2014 г. объемы международной торговли железной рудой составили 1 193 млн. тонн.

С 2013 по 2015 г. объемы экспорта железной руды росли, не снижаясь даже в период кризиса. Такой рост производства ГБЖ объясняется четырьмя основными факторами. В первую очередь, появилась тенденция к дефициту и снижению качества лома. В частности, сокращается доля оборотного лома и увеличивается доля легковесного лома.

Таблица 2.2.1 - Крупнейшие компании – производители железной руды

Компания	Страновая принадлежность компании	На территории каких стран добывают руду предприятия компании	Суммарная производственная мощность по железной руде, млн. тонн в год
Vale	Бразилия	Бразилия, штат Минас Жейрас	255
BHP Billiton	Австралия	Австралия, Бразилия	160
Rio Tinto	Великобритания	Австралия, Индия, Канада, Гвинея	153,4
Евразхолдинг	Россия, Великобритания, Люксембург	Россия, Украина	50,4
Металлоинвест	Россия	Россия	44,7
AnBen	Китай	Китай	44,7
Метинвест Холдинг	Украина	Украина	42,8
Anglo American	ЮАР	ЮАР	41,1
LKAB	Швеция	Швеция	38,5

Вторым фактором является дефицит коксующихся углей - сокращается доля качественных марок в общей добыче коксующихся углей; уменьшается экспорт из Китая за счет роста внутреннего потребления; идет сокращение производства в США и Европе. Также на рост объемов производства ГБЖ влияет развитие и внедрение новых технологий (технологии флотационной доводки концентрата; использование

восстановителей, альтернативных природному газу; технологии, не требующей предварительного окомкования железной руды, а также снижение требований к качеству исходного сырья). И четвертым фактором является наметившаяся устойчивая тенденция к росту выплавки электростали, которая способствует повышению спроса на ГБЖ.

ОАО «Лебединский горно-обогатительный комбинат» - ведущее в Европе и России предприятие по добыче и обогащению железной руды и производству высококачественного железорудного сырья для черной металлургии. Комбинат является единственным в Европе производителем брикетов железной руды по экологически чистой технологии прямого восстановления железа.

Сырьевой базой комбината являются магнетитовые железистые кварциты Лебединского и Стойло-Лебединского месторождений. По масштабам запасов, сосредоточенности, качеству и технологическим характеристикам сырьевая база является уникальной. Балансовые запасы магнетитовых железистых кварцитов Лебединского, Стойло-Лебединского месторождений составляют более 6 млрд. тонн, что гарантирует обеспеченность высококачественным сырьём и, следовательно, долгосрочную перспективу развития комбината.

Значительная доля продукции общества поставляется на экспорт, в связи с чем, общество последовательно проводит сбалансированную политику повышения эффективности внешних продаж путем увеличения своего присутствия на наиболее перспективных рынках, расширения географии экспорта при одновременном развитии исторически сложившихся партнерских отношений с зарубежными компаниями – потребителями. В рамках этой деятельности осуществляется непрерывный мониторинг изменения законодательства и торговых режимов на внешних рынках в отношении экспортируемой продукции.

В настоящее время поставки железорудной и металлизированной продукции общества на внешние рынки не подпадают под какие-либо

торговые ограничения, что обеспечивает прочные позиции с учетом высокого мирового спроса на металлургическое сырье.

Общество в своей деятельности соблюдает действующее законодательство Российской Федерации, является отечественным добросовестным природопользователем и налогоплательщиком.

Общество также подвержено рискам, связанным с трудовыми и социальными отношениями. Для снижения данных рисков общество осуществляет регулярный мониторинг рынка заработной платы, а также проводит мотивационные программы, нацеленные на повышение лояльности сотрудников, проводит активную социальную политику, нацеленную на улучшение уровня жизни сотрудников и пенсионеров предприятия, а также жителей региона в целом. Общество поддерживает образовательные учреждения, занимающиеся подготовкой высококвалифицированных специалистов для горно-металлургической отрасли.

Основными целями реализации железорудной продукции на зарубежный рынок являются:

- сохранение устойчивых связей на внешних рынках сбыта, а также качества исполнения поставок;
- увеличение доли поставок на растущие рынки (страны Азии, Китай), удовлетворение растущего спроса со стороны российских металлургических компаний;
- увеличение в структуре продаж доли продукции с более высокой добавленной стоимостью – окатыши железорудные, железо горячебрикетированное (брикеты железной руды), концентрат железорудный (сушеный), концентрат железорудный дообогащенный.

В 2015 году выпущена 25-ти миллионная тонна горячебрикетированного железа и 10-ти миллионная тонна брикетов. Начат монтаж основного оборудования ЦГБЖ-3, в котором происходит процесс производства горячебрикетированного железа. Проведен капитальный ремонт ЦГБЖ-1, вследствие чего увеличены его производственные

мощности на 22 тысячи тонн горячебрикетированного железа в год. В отчетном году на внутренний рынок было отгружено 8 317 699,507 тонн железорудной продукции, на внешний рынок – 10 434 758,13 тонн. Таким образом, доля отгрузки продукции на экспорт составила 55,6%, на внутренний рынок 44,4% от общего объема отгруженной железорудной продукции (рис. 2.2.1).

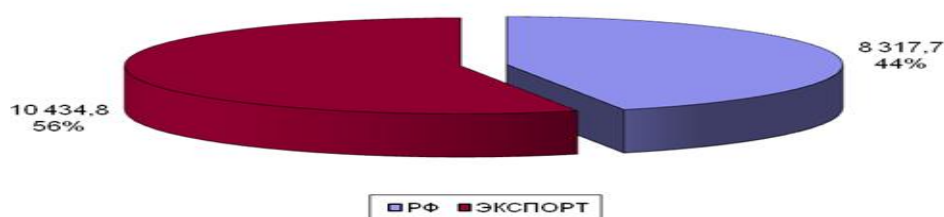


Рисунок 2.2.1 – Распределение поставок продукции

«Лебединского ГОКа» между внешним и внутренним рынком, тыс. тонн

В таблице 2.2.2 представлены основные покупателями продукции ОАО «Лебединский ГОК» на внешнем рынке. На данный момент, к ним относятся в основном компании стран ближнего зарубежья и СНГ.

Таблица 2.2.2 - Покупатели продукции ОАО «Лебединский ГОК» на внешнем рынке

№ п/п	Наименование организации	Место расположения
1	«МеталлоинвестТрейдинг А.Г.»	Швейцария
2	ПАО «Мариупольский металлургический комбинат»	Украина
3	ОАО «Запорожсталь»	Украина
4	ПАО «Днепропетровский МК им. Ф.Э.Дзержинского»	Украина
5	ПАО «Енакиевский МЗ»	Украина
6	ОАО «Энергомашспецсталь»	Украина
7	ОАО «Молдавский Металлургический завод»	Молдова
8	ОАО «Белорусский металлургический завод»	Беларусь

Отгрузка продукции на экспорт осуществлялась на условиях поставки «DAF поставка на границе», на условиях поставки «FCA – ст. Стойленская

ЮВЖД». Объем выполненной поставки на экспорт в сравнение с 2014 годом составил 97 % (выполнение 2014 год – 10 764 691, 12 тонн).

Подтверждение факта экспорта, для возмещения НДС, оформлялось в Белгородской (т/пВалуийский), Новороссийской, Читинской таможнях Российской Федерации.

Таким образом, отгрузка железорудной продукции ОАО «Лебединский ГОК» на экспорт преследует следующие цели:

- получение валютной выручки;
- получение льготы по налогообложению экспорта.

Основное направление сбытовой политики – продажа железорудной продукции в соответствии с принятыми планами производства и реализации, заключенными договорами и контрактами на продажу продукции на наиболее выгодных для общества условиях, отгрузка железорудной продукции с соблюдением требований потребителя и системы менеджмента качества международного стандарта ИСО 9001:2008. Высокое качество продукции позволяет успешно конкурировать как на рынке Российской Федерации, так и на мировом рынке.

В 2011 году была возобновлена программа технического перевооружения: реконструкция и модернизация основных производственных фондов, приобретение современной техники и оборудования для горнотранспортного и фабричного комплекса, строительство и ввод в эксплуатацию новых производственных объектов.

В 2012 году завершены мероприятия по реконструкции обогатительной фабрики и других объектов, большой объем капитальных работ в карьере, а именно:

- совершенствование технологии измельчения и обогащения железорудного концентрата с целью увеличения объемов производства,
- развитие отвального хозяйства для размещения вскрышных работ, вывозимых из карьера в объемах, обеспечивающих плановую добычу руды;

- расширение модуля взрывчатых веществ для производства эмульсионно-взрывчатых веществ собственного изготовления;
- реконструкция цеха хвостового хозяйства, производственного водопровода фабрики окомкования, склада брикетов, системы внешнего электроснабжения.

В 2013 году начат основной этап программы модернизации горнотранспортных комплексов. Завершены работы по монтажу, наладке оборудования и программного обеспечения МОДУЛАР в рамках реализации 1-го этапа внедрения автоматизированной системы управления горнотранспортным комплексом. В 2014 году начато выполнение строительно-монтажных работ ЦГБЖ-3, производственной мощностью 1,8 млн. тонн в год. Данный модуль по производству ГБЖ станет крупнейшим в мире.

Финансирование инвестиционных проектов ОАО «Лебединский ГОК» осуществляется в рамках единой инвестиционной стратегии Холдинга «МЕТАЛЛОИНВЕСТ», направленной на долгосрочное развитие комбината и увеличение доли продукции с высокой добавленной стоимостью.

Реализация проекта развития комбината на долгосрочную перспективу позволит обществу занять лидирующие позиции на мировом рынке металлургического сырья, постепенно сместить общий удельный вес производимой продукции в сторону выпуска продукции более высокого уровня подготовки металлургического сырья.

Приоритетом стратегического развития является расширение производства горячебрикетированного железа. Цех горячебрикетированного железа производит горячебрикетированное железо (брикеты железной руды) по технологии HYL – III.

Цех горячебрикетированного железа № 2 производит горячебрикетированное железо (брикеты железной руды) по технологии MIDREX. Оба цеха выпускают горячебрикетированное железо с

содержанием железа не менее 90 %. Совокупная годовая мощность двух цехов – 2,4 млн. тонн горячебрикетированного железа.

Для выявления внутренних сильных и слабых сторон ОАО «Лебединский ГОК», а также внешних возможностей и угроз используем методологию SWOT-анализа. Для начала проведем анализ факторов косвенного воздействия (макросреды) (табл. 2.2.1).

Таблица 2.2.1 - Анализ факторов косвенного воздействия (макросреда)

№	Фактор	Возможности	Угрозы
1.	Экономические	Возможность использования передовых технологий, стабильное положение в стране	Экономический кризис, сокращение спроса на железорудную продукцию
2.	Правовые	Заключение выгодных договоров покупки железорудной продукции с крупными отечественными и иностранными партнерами	Возникновение правовых рисков
3.	Политические	Заинтересованность государства в развитии горнорудной промышленности	Угроза политической нестабильности в стране и ухудшения внешнеэкономических связей
4.	НТП	Создание более производительного высокотехнологичного оборудования	Увеличение затрат на модернизацию производства, моральное устаревание техники и оборудования
5.	Социальные	Повышение квалификации работников, привлечение молодых кадров	Нехватка высококвалифицированных кадров
6.	Международные	Налаживание партнерских отношений с крупными иностранными компаниями	Цикличность спроса мирового рынка на продукцию

Далее проведем анализ непосредственного окружения предприятия (таблица. 2.2.2)

Таблица 2.2.2 - Анализ среды непосредственного окружения ОАО «Лебединский ГОК»

Фактор	Возможности	Угрозы
1	2	3
1. Потребители	Увеличение объемов продажи продукции за счет привлечения новых потребителей	Снижение спроса на продукцию
2. Поставщики		
2.1 Энергоносителей	Бесперебойные поставки электроэнергии, тепловой энергии, природного газа	Повышение цен на энергетические ресурсы, перебои в их поставке

Продолжение табл.2.2.2

1	2	3
2.2 Финансовые	Финансовая устойчивость предприятия, предоставление кредитов на выгодных условиях, увеличение инвестиций	Ухудшение инвестиционного климата, отказ в предоставлении долгосрочных кредитов
2.4 Кадров	Привлечение молодых высококвалифицированных специалистов, повышение квалификации персонала и переподготовка кадров	Увеличение затрат на обучение специалистов и повышение их квалификации
2.5 Информации	Легкость в получении необходимой информации, оперативное обновление информации	Угроза проникновения в отрасль недостоверной информации, угроза оглашения секретной коммерческой информации
3. Конкуренты	Возможность завоевания лидерских позиций на рынке за конкурентных преимуществ	Установление конкурентами более низких цен на свою продукцию
4. Контактные аудитории		
4.1. Органы местного самоуправления	Развитие сотрудничества с органами местного самоуправления по совместному проведению акций, поддержки социальных проектов имеющих значение для предприятия	Противоречия в сотрудничестве
4.2. Общественные организации	Развитие сотрудничества с общественными организациями	Несовпадение целей и интересов организации и общества

Оценим сильные и слабые стороны предприятия (табл. 2.2.3)

Таблица 2.2.3 - Сильные и слабые стороны ОАО «Лебединский ГОК»

Аспект	Сильные стороны	Слабые стороны
1	2	3
Производство	Хорошая репутация у покупателя, высокое качество производимой продукции	Зависимость отрасли от сырьевой базы, необходимость обновления оборудования
Кадры	Дипломированные работники, высокая мотивация труда, социальная направленность кадровой политики	Недостаточная опытность и компетентность молодых работников, увеличение затрат на переподготовку кадров

Продолжение табл. 2.2.3

1	2	3
Маркетинг	Хороший имидж организации, спонсорская и благотворительная деятельность	Большие затраты на рекламу, спонсорство и на поддержание имиджа
Организация	Активная позиция предприятия на рынке, эффективное взаимодействие различных структурных подразделений в процессе достижения целей	Неэффективное планирование работы предприятия
Финансы	Достаточные финансовые ресурсы для обеспечения будущих производственных потребностей	Высокие расходы на добычу и переработку сырья

Таким образом, в ходе своей деятельности предприятие подвержено определенным угрозам, которые могут негативно сказаться на деятельности ОАО «Лебединский ГОК», это, в том числе, финансовые риски, связанные с ростом дополнительных затрат и увеличением себестоимости продукции, производственные - зависимость отрасли от сырьевой базы, экономические – проникновение в отрасль новых конкурентов, а так же снижение спроса на продукцию и др.

Но, не смотря на это, предприятие имеет конкурентные преимущества в своей отрасли, такие как высокое качество, широкий ассортимент, максимально удобное географическое положение, безупречная деловая репутация и устойчивые партнёрские отношения с потребителями. На основе

полученных данных составим непосредственно матрицу SWOT- анализа (табл.2.2.4).

Компания обладает высокой финансовой устойчивостью и безупречной деловой репутацией, что даёт ей возможность увеличить инвестиционную привлекательность и привлечь дополнительные средства, высокое качество продукции позволяет увеличить объем реализации за счет освоения новых рынков, закрепить лидирующую позицию. Высокая квалификация сотрудников делает возможным внедрение и использование высокотехнологичного оборудования.

Таблица 2.2.4 - SWOT- анализ деятельности ОАО «Лебединский ГОК»

<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Увеличение объемов производства. - Привлечение высококвалифицированных специалистов - Увеличение инвестиционной привлекательности. -Увеличение объемов реализации за счет освоения новых рынков сбыта. -Использование высокотехнологичного оборудования. -Закрепление лидирующих позиций на рынке -Возможность выхода на новые рынки. 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Увеличение себестоимости готовой продукции -Проникновение новых конкурентов в отрасль. -Падение спроса на продукцию. - Ухудшение инвестиционного климата. -Снижение лидерских позиций на рынке. -Кризисная ситуация в экономике, высокие темпы инфляции. - Изменение политических отношений между странами.
<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Высокое качество производимой продукции. -Высокая квалификация сотрудников. Высокие производственные мощности -Устойчивые партнерские отношения с потребителями -Безупречная деловая репутация -Финансовая устойчивость. - Постоянная модернизация производства. - Достаточные производственные мощности для наращивания объёмов производства. - Уникальная сырьевая база. 	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Зависимость отрасли от сырьевой базы -Низкая компетентность молодого персонала. - Высокие расходы на добычу и переработку сырья. -Большие затраты на рекламу, спонсорство и поддержание имиджа.

Кроме того, одной из сильных сторон ЛГОКа является возможность выхода на новые рынки, что способствует увеличению объемов производства. Угроза зависимости отрасли от сырьевой базы и высоких расходов на добычу и переработку сырья снижается за счет уникальных по масштабам запасов, качеству и технологическим свойствам сырья, а также применением высокотехнологического оборудования. Угрозы внешнего воздействия, такие как падение спроса на продукцию, кризисная ситуация в экономике, высокие темпы инфляции, снижаются благодаря устойчивой финансовой ситуации в компании, хорошим партнерским отношениям и возможности выхода на новые мировые рынки.

На основании проделанного анализа можно сделать выводы и предложения. ОАО «Лебединский ГОК» - предприятие горнорудной промышленности России, входящее в десятку мировых производителей железорудного сырья для черной металлургии и в десятку крупнейших производственных комплексов страны, обладающее сильными конкурентными позициями. Несмотря на это, общество признает наличие рисков в процессе осуществления деятельности, из которых основными являются:

1. Цикличность спроса мирового рынка на продукцию. Основные потребители продукции общества – предприятия черной металлургии по своей природе развиваются циклично, что вызывает колебания спроса на железорудное сырье. Чтобы снизить эти риски, большая часть контрактов заключается с лидирующими предприятиями российской и мировой промышленности, имеющими проверенную и стабильную историю. Вместе с тем поставки продукции достаточно широко диверсифицированы по регионам с целью исключения зависимости от одного потребителя или группы потребителей.

2. Зависимость от мировых цен на производимую продукцию и спроса:

– Ухудшение конъюнктуры мировых рынков черных металлов и железорудного сырья. В неблагоприятных экономических условиях спрос на железорудное сырье имеет тенденцию падения, что в дальнейшем приводит к снижению цен на продукцию горнорудных предприятий;

– Сокращение спроса на продукцию черной металлургии в связи с появлением новых материалов в условиях научно-технического прогресса. Черные металлы были и остаются основным конструктивным материалом в промышленности. Тем не менее, существуют прогнозы снижения потребления черных металлов, а также роста доли вторичного использования.

3. Высокая степень конкуренции на российском и мировом рынках:

– продукция общества высоко конкурентоспособна как на внутреннем, так и на внешнем рынках, и пользуется стабильным спросом со стороны покупателей. Среди конкурентных преимуществ выделяются такие, как высокое качество продукции, соответствующее уровню международных стандартов, широкий ассортимент выпускаемой продукции и широкая география поставок.

Основными мероприятиями, позволяющими минимизировать отрицательное влияние отраслевых рисков для общества, являются:

– диверсификация ассортимента продукции – производство широкой гаммы продуктов с качественными характеристиками, востребованными потребителем;

– оптимизация и диверсификация рынков сбыта, заключение долгосрочных контрактов на продажу железорудной продукции, что позволяет укрепить и стабилизировать отношения с покупателями для обеспечения уверенности в объемах продаж;

– проведение мероприятий по улучшению качества железорудной продукции для сохранения свойств продукции во время транспортировки покупателям;

- постоянный мониторинг отечественных и зарубежных рынков сырья, материалов и оборудования, заключение договоров с надежными и проверенными поставщиками;
- внедрение комплексной программы долгосрочного развития комбината, направленной на поиск внутренних резервов по снижению энергопотребления, повышению производительности труда, сокращению непроизводительных расходов;
- внедрение в производство современных технологий, поощрение инновационной деятельности;
- проведение мероприятий, направленных на реализацию политики в области менеджмента качества;
- страхование имущественных и финансовых рисков;
- создание системы управления промышленными рисками, которая обеспечивает рациональное использование ограниченных материальных и финансовых ресурсов для достижения промышленной и экологической безопасности, а также экономически стимулирует разработку и внедрение безопасных технологий.

Реализация вышеуказанных мероприятий позволит уменьшить воздействие негативных факторов отраслевых рисков на результаты деятельности ОАО «Лебединский ГОК».

Наличие сертифицированной системы менеджмента качества является объективным свидетельством того, что ОАО «Лебединский ГОК» способно стабильно поставлять продукцию, отвечающую установленным требованиям потребителя.

В связи с развитием Азиатского рынка, основные финансовые средства скапливаются именно там, к тому же встает вопрос о развитии транспорта и черной металлургии в целом. Таким образом, спрос на железную руду растет благодаря Китаю. Основными потребителями железной руды являются металлургические предприятия, продукция которых, в свою очередь, потребляется в автомобильной, строительной,

трубной и метизной отраслях. Одной из главных причин роста потребления железной руды является высокий уровень спроса со стороны Китая, на который приходится около 54% мирового потребления.

Проанализировав экспортный потенциал и оценив возможности ОАО «Лебединский ГОК», можно отметить, что комбинат занимает достаточно устойчивую позицию на отечественном и мировом рынках, владеет одним из крупнейших в мире запасов сырья и расположен в непосредственной близости от современных центров экономического роста. Также общество имеет достаточные производственные мощности для увеличения объемов производства и выхода на новые рынки сбыта. Поэтому нами был разработан комплекс мероприятий, направленных на совершенствование экспортной деятельности предприятия за счет выхода на рынок сбыта Китая.

2.3 Мероприятия по совершенствованию экспортной деятельности комбината и обоснование их эффективности

Одной из основных целей реализации железорудной продукции ОАО «Лебединский ГОК» в настоящее время является увеличение доли поставок на растущие рынки стран Азии, в частности в Китай, удовлетворение растущего спроса со стороны металлургических компаний. Это будет способствовать не только увеличению прибыли, повышению эффективности производства, но и развитию производственных мощностей и укреплению позиций комбината на мировом рынке.

Для увеличения доли поставок железорудной продукции на рынок Китая необходимо найти новых партнеров с целью заключения долгосрочных контрактов на продажу железорудной продукции. Для этого мы рекомендуем руководству ОАО «Лебединский ГОК» принять участие в международной российско-китайской выставке, поскольку это прекрасный шанс показать успехи компании своим клиентам, партнерам и возможным заказчикам. На выставке можно установить выгодные контакты, обсуждать

сложности бизнеса и потенциал взаимного сотрудничества. Участие в российско-китайской выставке поможет расширить рынки сбыта продукции, вступить на новые недоступные ранее территории.

Выставка проводится в выставочном зале New China International Exhibition Center (NCIEC) в Пекине ежегодно.

Международная выставочная деятельность промышленного предприятия – это деятельность, направленная на подготовку, проведение выставочного мероприятия, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в международной выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала, и достижение стратегических целей участия при проведении международной выставки и в послевыставочный период.

В рамках выставок и ярмарок организации с помощью образцов демонстрируют производимые товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту. Ни один из маркетинговых приемов так не эффективен, как выставки. Потому что::

- во-первых, встреча продавца и потенциального покупателя происходит на нейтральной территории, что очень важно для обеих сторон с психологической точки зрения;
- во-вторых, выставка всегда несет в себе элементы праздника, некоего шоу, на котором можно не только показать свой товар, но и «обыграть» его, чтобы сделать более привлекательным для посетителей;
- в-третьих, участие в выставке - комплексное мероприятие, и всегда есть широкий выбор возможностей: довыставочная рекламная кампания, оригинальный дизайн выставочного стенда, проведение рекламных и PR - акций во время выставки.

Участие в выставке позволяет предприятию осуществлять системный маркетинговый подход, формируя взаимосвязанные и взаимозависимые товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную маркетинговые стратегии в рамках стратегического менеджмента предприятия.

Международная выставка позволяет экспоненту в короткий срок оценить эффективность его деятельности на крупном сегменте международного рынка. Сравнение результата оценки собственной экспозиции с ее оценкой потребителями и с достижениями конкурентов позволяет адекватно оценить производственные и экспортные возможности предприятия.

Международная выставка может указать на необходимость ассортиментного разнообразия в соответствии с национальными запросами посетителей выставки из разных стран. Здесь же решаются вопросы марочной политики, брендинга, упаковки и многие другие.

Таким образом, основными целями участия ОАО «Лебединский ГОК» в российско-китайской выставке являются:

- увеличение объема продаж на китайском рынке;
- - увеличение прибыли предприятия;
- выход на новые сегменты зарубежного рынка.

Бюджет выставки включает следующие статьи затрат:

1) Сумма арендной платы за предоставление во временное владение и пользование части площади выставочного центра (выставочной площади).

2) Сумма регистрационного сбора за участие в выставке. В состав регистрационного взноса включаются:

- затраты по художественному оформлению выставки;
- расходы, связанные с организацией и проведением церемоний открытия и закрытия выставки;
- расходы по проведению пресс-конференции, презентации выставки;
- информационные расходы (бэджи, пригласительные билеты).

3) Стоимость дизайна стенда (креатив, планирование, установка, дисплеи, фото, слайды, надписи, оформление, аудио- и визуальные презентации).

4) Сумма платы за публикацию соответствующей информации в официальном каталоге выставки и на Интернет-сайте, посвященном выставке.

5) Стоимость коммуникационных материалов (приглашения, рекламные и информационные материалы, рассылка, пресс-папки, перевод, телефон, факс, Интернет).

6) Командировочные и транспортные расходы на персонал.

7) Отчисления на социальные нужды (заработная плата персонала).

8) Транспортные расходы (склад, страховка, таможенные платежи).

Втаблице 2.3.1 представлена общая сумма затрат, необходимых для участия ОАО «Лебединский ГОК» в выставкв Пекине.

Таблица 2.3.1 – Затраты на участие в российско-китайской выставке

Статья затрат	Цена, долл. США
1. Сумма арендной платы за предоставление во временное владение и пользование части площади выставочного центра	10 000
2. Сумма регистрационного сбора за участие в выставке	600
3. Стоимость дизайна стенда	12000
4. Сумма платы за публикацию соответствующей информации в официальном каталоге выставки и на Интернет-сайте, посвященном выставке	1500
5. Стоимость коммуникационных материалов	600
6. Командировочные и транспортные расходы персонала	4500
7. Отчисления на социальные нужды	4000
8. Транспортные расходы	3500
9. Прочие расходы	2500
<i>Итого, общая сумма инвестиций</i>	39200

Таким образом, общая сумма инвестиций, необходимая на участие в выставке составляет 39 200 \$ США.

По итогам выставки, предполагается заключение контракта на поставку горячебрикетированного железа. Увеличение деловой активности в Китае на потребление ГБЖ, в первую очередь, было связано с потребностью китайских компаний в пополнении запасов материала для строительства заводов.

На основе сравнения с предприятиями-конкурентами на внешнем рынке, необходимо установить более выгодную цену на ГБЖ – 340 долл. США за тонну на условиях DAT (железнодорожный пограничный терминал Забайкальск). Основными конкурентами на данной выставке будут являться АО «Соколовско-Сарбайское ГПО» (Казахстан) и горно-обогачительные комбинаты Украины, которые уже принимали участие в данном мероприятии.

Основные потребители ГБЖ в Китае – это производители стали, имеющие комплексы по восстановлению железа на собственной промплощадке и использующие электропечи или, реже, конверторы.

Китай является одним из крупных потребителей ГБЖ на внешнем рынке, поэтому выставку целесообразно проводить именно в этой стране. На эту выставку будут приглашены крупные организации по закупке ГБЖ, такие как Arcelor Mittal и Шанхайская сталелитейная компания Baosteel.

Руководство ОАО «Лебединский ГОК» ориентировано на заключение контракта с китайской фирмой Baosteel (Шанхай) на поставку ГБЖ. Данная фирма является наиболее конкурентоспособным производителем стали в Китае с высоким уровнем модернизации. Компания производит углеродистые, нержавеющие и специальные стали. Сталь, произведенная компанией Baosteel, широко используется в таких отраслях, как автомобилестроение, производство бытовой техники и электроинструмента, нефтехимическая промышленность, энергетика (в том числе ядерная), транспорт, металлообработка, авиация и судостроение и т.д. По условиям контракта ОАО «Лебединский ГОК» обязуется поставить 500000 тонн ГБЖ на условиях DAT (железнодорожный пограничный терминал Забайкальск) на общую сумму 170000 тыс. долл США.

Груз должен быть поставлен точно в оговоренные в контракте сроки. Частичная поставка и отгрузка продукции не допускается. Контракт предполагается составить на наиболее выгодных условиях как для продавца, так и для покупателя.

По прогнозным данным, на основании заключенного контракта с новым партнером предполагается получить доход в размере 170000 тыс. долл США. С учетом того, что предприятие модернизирует свою работу, возможно наращивание объемов производства и увеличение выпуска продукции для реализации условий данного контракта. Для этого оценим потребность в дополнительных капиталовложениях на расширение производственных мощностей, используя показатель удельных капиталовложений на прирост единицы выпуска.

На выпуск одной тонны ГБЖ придется 472,2 долл США удельных капиталовложений на расширение производственных мощностей. Отсюда следует:

$$472,2 \text{ долл} \times 500000 \text{ тонн} = 236100000 \text{ долл США}$$

Таким образом, сумма капиталовложений на выпуск 500000 тонн ГБЖ может составить 236100000 долл США. В итоге общая сумма инвестиций с учетом расширения производственных мощностей будет равна 236139200 долл США. 236100000 долл США - приобретение оборудования; 39200 долл США - участие в выставке:

$$236100000 \text{ долл} + 39200 \text{ долл} = 236139200 \text{ долл США.}$$

Себестоимость единицы продукции составляет 222,8 долл США. Себестоимость экспортируемой партии 111400000 долл США.

$$222,8 \text{ долл} \times 500000 \text{ тонн} = 111400000 \text{ долл США}$$

$$1700000000 \text{ долл} - 111400000 \text{ долл} = 58600000 \text{ долл США}$$

Следовательно в результате заключения контракта возможен прирост прибыли в размере 58600 тыс. долл США.

Анализ рассматриваемого проекта с помощью динамических методов оценки эффективности, показал, что проект эффективен и целесообразен. Участие в данной выставке позволит выйти на рынок Китая, наладить партнерские отношения с участвующими компаниями, заключить выгодный контракт. Предполагается дальнейшее сотрудничество и развитие экономических отношений. Выбор данного направления экспортной

деятельности связан с активным расширением и развитием рынка данной страны, необходимостью в строительстве и модернизации заводов, прокладки путей сообщения, производстве нового оборудования и техники, и т.д. Для ЛГОКа выход на рынок и сотрудничество с китайскими компаниями позволит развить внешнеэкономическую деятельность, расширить производство, увеличить мощности производства, выйти на новый уровень качества.

Заключение

По итогам проведенного исследования были выполнены поставленные задачи:

1. Рассмотрены теоретические аспекты организации экспортной деятельности предприятия, из чего было установлено, что экспортная операция представляет собой деятельность, направленную на продажу и вывоз за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту. Экспорт товаров и услуг - это организация международной деятельности фирмы, не требующая серьезных изменений в товарном ассортименте, структуре фирмы и капитальных затратах.

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

вовлечение фирмы в международную деятельность. Экспортируя товары и услуги, фирма может сама выходить на внешний рынок или опосредованно через внешних специалистов, которые могут находиться в стране или за рубежом. В связи с этим различают прямой экспорт и косвенный. Прямой экспорт предполагает прямые продажи через собственный торговый персонал и применяется в случае, когда легко установить потребителей или они сами выходят на продавца. Косвенный экспорт, или делегирование полномочий без инвестирования, имеет разнообразные формы. Передача полномочий по экспорту предусматривает системы сбыта через сбытовые каналы, находящиеся в одной или нескольких странах и принадлежащие другой фирме. Такую систему сбыта экспортер использует тогда, когда его потенциал слаб, чтобы действовать в одиночку на внешнем рынке. Исходным принципом ВЭД предприятий служит коммерческий расчёт на основе хозяйственной и финансовой самостоятельности и самокупаемости с учётом собственных валютно-финансовых и материально-технических возможностей. Экспорт товаров – это вывоз за границу различных материальных благ или предоставление иностранному партнеру, на возмездной основе производственных услуг, услуг потребительского класса. Экспорт также может выступать и в качестве результата международного разделения труда, кроме этого он выступает одной из материальных предпосылок импорта. Все импортные и экспортные операции связаны между собой.

2. Оценено организационно – экономическое состояние ОАО «Лебединский ГОК» - крупнейшего в России предприятия по добыче, обогащению железистых кварцитов и производству высококачественного сырья для черной металлургии, обеспечивающего около трети российского экспорта сырья для сталелитейных производств. Сырьевой базой Комбината являются магнетитовые железистые кварциты Лебединского и Стойло-Лебединского месторождений, уникальных по масштабам запасов, качеству и технологическим характеристикам сырьевой базы. Высшее руководство

представлено советом директоров и правлением. Основными приоритетами кадровой политики ОАО «Лебединский ГОК» является улучшение качества подготовки по основным технологическим профессиям и постоянное повышение престижа горно-металлургических специальностей.

Уровень квалификации персонала предприятия растет благодаря системе непрерывной подготовки персонала. ЛГОК занимает большую долю рынка продаж железорудного сырья и обладает такими конкурентными преимуществами как, высокое качество производимой продукции, широкий ассортимент, максимально удобное географическое положение, безупречная деловая репутация и устойчивые партнерские отношения с потребителями. Немаловажную роль играет финансовая устойчивость предприятия и возможность наращивая объемов производства.

3. Проведен анализ и оценка экспортного потенциала ОАО «Лебединский ГОК». Экспорт железной руды растет с опережением увеличения производства. В 2014 г. Объемы международной торговли железной рудой составили 1 193 млн. тонн. С 2013 по 2015 г. объемы экспорта железной руды росли, не снижаясь даже в период кризиса. Значительная доля продукции общества поставляется на экспорт, в связи с чем общество последовательно проводит сбалансированную политику повышения эффективности внешних продаж путем увеличения своего присутствия на наиболее перспективных рынках, расширения географии экспорта при одновременном развитии исторически сложившихся партнерских отношений с зарубежными компаниями – потребителями. В настоящее время поставки железорудной и металлизированной продукции общества на внешние рынки не подпадают под какие-либо торговые ограничения, что обеспечивает прочные позиции с учетом высокого мирового спроса на металлургическое сырье. В отчетном году на внутренний рынок было отгружено 8 317 699,507 тонн железорудной продукции, на внешний рынок – 10 434 758,13 тонн. Таким образом, доля отгрузки продукции на экспорт составила 55,6%, на внутренний рынок 44,4% от

общего объема отгруженной железорудной продукции. Высокое качество продукции позволяет успешно конкурировать как на рынке Российской Федерации, так и на мировом рынке. Высокое качество продукции позволяет успешно конкурировать как на рынке Российской Федерации, так и на мировом рынке.

4. Разработаны мероприятия по совершенствованию экспортной деятельности ОАО «Лебединский ГОК» и обоснована их эффективность. Для выхода на наиболее перспективный и развитый рынок Китая, мы предлагаем принять участие в ежегодной международной российско-китайской выставке, поскольку это прекрасный шанс показать успехи компании своим клиентам, партнерам и возможным заказчикам. Международная выставочная деятельность промышленного предприятия – это деятельность, направленная на подготовку, проведение выставочного мероприятия, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в международной выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала, и достижение стратегических целей участия при проведении международной выставки и в послевыставочный период. Участие в выставке позволяет предприятию осуществлять системный маркетинговый подход, формируя взаимосвязанные и взаимозависимые товарную, ценовую, сбытовую и коммуникативную маркетинговые стратегии в рамках стратегического менеджмента предприятия. Международная выставка позволяет экспоненту в короткий срок оценить эффективность его деятельности на крупном сегменте международного рынка. По итогам выставки, предполагается заключение контракта на поставку горячебрикетированного железа. Руководство ОАО «Лебединский ГОК» ориентировано на заключение контракта с китайской фирмой Baosteel (Шанхай) на поставку ГБЖ. Этот контракт является выгодным, поскольку позволит получить прибыль и продолжить дальнейшее сотрудничество с данной компанией для развития и укрепления внешнеэкономических отношений.

Список литературы

1. **Российская Федерация. Законы.** Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности: федеральный закон от 8 декабря 2013 г. № 164–ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.
2. **Российская Федерация. Законы.** Об экспортном контроле: федеральный закон РФ от 18 июля 1999 № 183-ФЗ (ред. от 01.12.2007) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.
3. **Российская Федерация. Законы.** О таможенном тарифе: федеральный закон РФ от 21 мая 1993 № 5003-1-ФЗ (ред. от 04.03.2014) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.
4. **Азоев Г.Л.** Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. -257 с.
5. **Аристов О.В.** Конкуренция и конкурентоспособность / О.В. Аристов. – М.: изд-во Финстатинфорум, 2014. – 166 с.
6. **Баликоев В.З.** Краткий курс экономической теории / В.З. Баликоев. – М.: изд-во Менеджер, 2013. – 328 с.

7. **Беляев В.Н.** Конкурентоспособность предприятий горнопромышленного комплекса: методологические и методические аспекты / В.Н.Беляев. - Екатеринбург : ИЭ УрО РАН , 2014. - 70 с.
8. **Бендерская О.Б.** Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности на предприятии промышленности строительных материалов/ О.Б. Бендерская. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2011.-319 с.
9. **Брэдик У.** Менеджмент в организации / У. Брэдик. – М.:«ИНФРА-М», 2013. – 344 с.
10. **Веснин В.Р.** Менеджмент / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2015. – 512 с.
11. **Виханский О.С.** Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2013. – 528с.
12. **Волчков А.Н.** Инновационная активность фирмы на основе применения механизма воспроизводства и обновления основных фондов - стратегический ресурс сохранения конкурентоспособности и экономического роста / А.Н. Волчков// Справочник. Инженерный журнал. - 2015. - № 4. - С. 41-46.
13. **Воронов А.А.** Моделирование конкурентоспособности продукции / А.А. Воронов// Стандарты и качество. – 2014. - № 11. - С. 44-47.
14. **Дергачёв В.А.** Международные экономические отношения / В.А. Дергачев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 368 с.
15. **Донцова Л.В.** Анализ финансовой отчетности /Л.В. Донцова.– М.: Издательство «Дело и сервис», 2013.- 367 с.
16. **Драчева Е.П.** Менеджмент / Е.П. Драчева, Л.И. Юликов. – М.: Мастерство, 2012. – 288с.
17. **Егошин А.П.** Организация труда персонала / А.П. Егошин. - М.: ИНФРА-М, 2012. – 320 с.
18. **Иванова Т.Ю.** Теория организации / Т.Ю. Иванова. – М.: КноРус, – 2011. – 384 с.

19. **Кабакова Э.В.** Взаимосвязь конкуренции и инновационной деятельности / Э.В. Кабакова// Известия Оренбургского государственного аграрного университета. - 2015. - № 12-1. - С. 108-111.

20. **Казначевская Г.Б.** Менеджмент / Г.Б. Казначевская. – Ростов н/Д.: Феникс, 2011. – 378 с.

21. **Клочков В.В.** Организационно-экономический анализ конкурентоспособности отечественных производителей / В.В.Клочков// Технология агропромышленности. – 2014. - № 6. - С. 74-78.

22. **Кнорринг В.И.** Теория, практика и искусство управления / В.И. Кнорринг. – М.: НОРМА, 2011. – 528с.

23. **Криворотов В.В.** Конкурентоспособность предприятия : источники формирования, оценка, пути повышения / В.В. Криворотов. - Екатеринбург : ИЭ УрО РАН , 2014. - 77 с.

24. **Кузьменко В.** Комплексная оценка инновационных проектов создания новых товаров / В. Кузьменко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. - № 1 (49). – С. 21-28.

25. **Куприянов С.В.** Организация и техника внешнеэкономических операций/ С.В.Куприянов, К.С. Борзенкова.- Белгород: изд-во БГТУ, 2009 г.- 135 с.

26. **Латфуллин Г.Р.** Теория организации / Г.Р. Латфуллин. – СПб.: Питер, 2012. – 395 с.

27. **Лебедева Н.Н.** Инновационная активность предприятий как условие их конкурентоспособности / Н.Н. Лебедева// Журнал институциональных исследований. - 2010. - Т. 2. - № 4. - С. 15-21.

28. **Лукашин А.С.** Система менеджмента качества / А.С. Лукашин // Грузовик. - 2014. - № 4. - С. 53-54.

29. **Лупкиова Е.В.** Учёт и аудит внешнеэкономической деятельности/ Е.В. Лупкиова. - Москва: КНОРУС, 2012. - 256 с.

30. **Львова А.** Диалектика брэнда. Смена имиджа в целом и имени фирмы в частности становится еще одним фактором повышения конкурентоспособности/А. Львова // Директор. – 2014. - № 3. - С. 60-62.

31. Международные экономические отношения/ Под ред. В.Е. Рыбалкин. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 647 с.

32. Менеджмент / В.А. Абчук. – СПб.: Издательство «Союз», 2012. – 463 с.

33. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: Экономистъ, 2016. – 670 с.

34. Менеджмент / В.Р. Веснин. - М.: Издательство «Проспект», 2013. – 504 с.

35. Менеджмент/ М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М.: Издательство «Дело», 2013. – 493 с.

36. **Мескон М.Х.** Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М., 2012. – 865с.

37. Мировая экономика и международные экономические отношения / С.В. Куприянов, Е.А. Стрябкова, Ю.Н. Божков и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.В. Куприянова. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2011.- 363 с.

38. **Напхоненко Н.В.** Коммерциализация технологий и конкурентоспособность отечественных предприятий / Н.В. Напхоненко // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Технические науки. - 2013. - № 5. - С. 105-107.

39. **Овсийчук М.Ф.** Бухгалтерский учёт и контроль внешнеэкономической деятельности организации/ М.Ф. Овсийчук. - Москва: КНОРУС, 2013.- 208 с.

40. Официальный сайт компании «Металлоинвест» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.metalloinvest.com/>.

41. Официальный сайт компании «Лебединский горно-обогатительный комбинат» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.lebgok.ru.

42. **Прокушев Е.Ф.** Внешнеэкономическая деятельность / Е.Ф. Прокушев. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. - 500 с.
43. **Рогожин С.В.** Теория организации / С.В. Рогожин. - М.: Экзамен, 2013. – 319 с.
44. **Румянцева З.П.** Общее управление организацией / З.П. Румянцева. - М.: ИНФРА-М, 2012. – 304 с.
45. **Смитиенко Б.М.** Внешнеэкономическая деятельность / Б.М. Смитиенко. - М.: Издательский центр «Академия». 2012.- 304 с.
46. **Стровский Л.Е.** Внешнеэкономическая деятельность предприятия / Л.Е. Стровский. - М.: ЮНИТИ, 2011. - 498 с.
47. Устав ОАО Лебединского горно-обогатительного комбината, 2011г.–20 с.
48. **Федотова Г.Ю.** Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности/ Г.Ю. Федотова. – СПб.: Троицкий мост, 2013. – 408 с.
49. Форма №1 Бухгалтерский баланс ОАО «Лебединский горно-обогатительный комбинат» за 2012 – 2014 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.lebgok.ru.
50. Форма №2 Отчет о прибылях и убытках «Лебединский горно-обогатительный комбинат» за 2012 – 2014 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.lebgok.ru.
51. Экономическая теория: в 2 ч. Ч. II. Макроэкономика /под ред. Е.Н. Чижовой. - Белгород: Изд-во БГТУ, 2011. - 428 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение А
Устав

Приложение Б
Баланс за 2012 год

Баланс за 2013 год

Баланс за 2014 год