

ГЛЕКОВА Виктория Викторовна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЖЕЛЕЗОРУДНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами – промышленность)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата
экономических наук

Научный руководитель:

доктор экономических наук, доцент

Романова Юлия Александровна

Москва – 2016

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Научные основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в современных условиях.....	11
1.1. Теоретические основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	11
1.2. Методические подходы оценки эффективности внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	22
1.3. Концептуальная модель развития внешнеторговой деятельности.....	33
Глава 2. Современное состояние зарубежного и отечественного опыта развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	42
2.1. Зарубежный опыт развития внешнеторговой деятельности предприятий...	42
2.2. Особенности развития внешнеторговой деятельности отечественных железорудных предприятий.....	51
2.3. Оценка эффективности развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	68
Глава 3. Разработка организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	88
3.1. Совершенствование организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	86
3.2. Разработка типовой модели развития внешнеторговой деятельности промышленного предприятия.....	93
3.3. Сценарный прогноз развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.....	105
Заключение.....	122
Список использованной литературы и информационных источников.....	124
Приложения.....	136

Введение

Актуальность темы исследования. В настоящее время экономика России и ее промышленный комплекс претерпевают значительные изменения в области внешнеэкономической деятельности. Это обусловлено вступлением России во Всемирную торговую организацию, ее активным участием в Таможенном союзе, применяемыми методами государственного регулирования внешнеторговой деятельности. Накопленный опыт ведения внешнеторговой деятельности показал, что зачастую промышленные предприятия не справляются с теми узкими рамками государственного регулирования внешней торговли, в которых они оказались, что снижает темпы экономического развития. Это связано с несовершенством протекционистских мер защиты национальных производителей и применяемых методов развития внешнеторговой деятельности предприятий.

Такое положение характерно в частности, для предприятий такой важной подотрасли черной металлургии как добыча и переработка железной руды, в дальнейшем сокращенно - железорудные предприятия. Все крупные железорудные предприятия вовлечены во внешнюю торговлю товарами, как собственного производства, так и зарубежного, что оказывает прямое существенное влияние на экономическое развитие страны. Анализ показал, что проводимые мероприятия с одной стороны, способствуют развитию конкуренции и стимулированию деятельности, в частности экспортной, железорудных предприятий, а с другой стороны, ставят их в рамки выживания и неспособности активно развивать собственное производство, что негативно отражается как на экономике производителей, так и на интересах конечных потребителей.

Несмотря на наличие значительного числа научных публикаций, в настоящее время нет четкого понимания процессов развития внешнеторговой деятельности отечественных железорудных предприятий. Отсутствует концептуальная модель развития предприятий, слабо исследовано влияние результатов гармонизации и унификации правил и норм ВТО на добывающую промышленность России. Изменение товарных потоков во внешнеторговой деятельности железорудных предприятий и снижение конкурентоспособности производимой ими продукции привело к снижению темпов роста экспорта железной руды и концентратов по

стране. Так, согласно данным Федеральной таможенной службы России в 2013 г. экспорт составил 25680,2 тыс.т.; в 2014 - 22997,4 тыс.т.; а в 2015 - 21254,5 тыс.т.[132]. В частности наше исследование внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, расположенных на территории Белгородской области, показало наличие сдерживающих факторов для продвижения продукции на зарубежные рынки.

Все это обуславливает необходимость объективной оценки состояния и тенденций развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий на современном этапе, разработки организационно-экономического механизма развития их внешнеторговой деятельности и поиску соответствующих мер государственного регулирования этих процессов в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности и проведения сбалансированной отраслевой политики ограничения чрезмерного вывоза стратегического сырья как фактора обеспечения экономической безопасности страны. Актуальность выдвинутых вопросов, их теоретическая и практическая значимость определили выбор темы диссертационного исследования, его цель, задачи и структуру.

Степень разработанности проблемы. Актуальность решения проблем научного обоснования и разработки организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий потребовала проведения анализа научных публикаций на эту тему. Общим проблемам управления посвящены работы зарубежных ученых, среди которых: Д.Аакер, И.Ансофф, К.Боумен, П.Друкер, У.Кинг, Д.Клиланд, М.Мескон, Г.Минцберг, М.Портер, А.Томпсон, А.Стрикленд, А.Чандлер и др. Задачи развития и управления промышленными предприятиями рассмотрены отечественными учеными, в частности, такими как О.С.Виханский, В.А.Горемыкин, И.Б.Гурков, В.Е.Дементьев, А.Е.Карлик, Р.М.Качалов, Г.Б.Клейнер, М.И.Кныш, А.Б.Крутик, Д.С.Петросян, Б.А.Райзберг, В.А.Цветков и др. Значительный вклад в совершенствование теоретических и методических подходов организации и управления внешнеторговой деятельностью предприятий внесли В.Н.Бурмистров, Л.Б.Вардомский, О.Н.Воронкова, С.И.Долгов, И.И.Дюмулен, Н.С.Зиядуллаев, В.И.Королев, Г.А.Маховикова, В.А.Орешкин, А.Н.Спартак, В.В.Покровская, Е.Ф.Прокушев,

Л.Е.Стровский и др. Теоретические и практические вопросы развития экономики и управления железорудных предприятий нашли освещение в работах таких ученых, как: А.А.Бродов, И.А.Буданов, А.В.Варичев, С.Н.Глаголев, Н.Г.Зиновьева, Р.Б.Корченков, Б.М.Крятов, Н.Я.Лобанов, Е.А.Николаенкова, Н.И.Новиков, Н.А.Смирнов, С.А.Степанов, В.А.Федосеев, С.Л.Устюжанин, Ю.А.Чернегов, Л.Н.Шевелев, В.А.Штанский, Е.Д.Щетинина и др.

Цель исследования состоит в теоретическом обосновании и разработке организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.

Для достижения сформулированной цели в диссертации были поставлены следующие **задачи**:

- сформулировать научные основы управления внешнеторговой деятельностью промышленных предприятий в условиях перехода к инновационной экономике;
- выявить особенности развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий;
- предложить концептуальную модель развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий;
- провести сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий;
- разработать организационно-экономический механизм развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий;
- определить основные мероприятия отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, связанные с поддержкой внешнеторговой деятельности железорудных предприятий;
- разработать сценарный прогноз развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.

Область диссертационного исследования соответствует п.п. 1.1.2. Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий; 1.1.10. Внешнеторговая деятельность предприятий в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности; Паспорта специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»:

1.1. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: Промышленность.

Объект исследования - железорудные предприятия, осуществляющие внешнеторговую деятельность, в частности расположенные на территории Белгородской области.

Предметом исследования являются подходы, методы и механизмы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.

Теоретической и методической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области стратегического управления, экономики промышленных предприятий, в частности металлургического комплекса, развития их внешнеторговой деятельности. При решении теоретических и прикладных задач были использованы системный подход, аналитический метод, приемы сравнения и аналогии, методы экономики промышленности, стратегического управления и планирования, комплексного экономического анализа, статистики, прогнозирования, сценарного управления и экспертных оценок.

Информационно-эмпирическую базу исследования составили нормативные правовые акты по регулированию деятельности промышленных предприятий и корпораций России; данные Федеральной службы государственной статистики РФ; Федеральной таможенной службы РФ; Министерства экономического развития РФ, Министерства промышленности и торговли РФ; положения, опубликованные в научных изданиях России; данные информационной сети Интернет по вопросам совершенствования внешнеторговой деятельности предприятий металлургической промышленности, в частности железорудных предприятий, указанных предприятий Белгородской области; а также результаты исследований и расчетов автора диссертации.

Научная новизна заключается в теоретическом обосновании и разработке организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности добывающих и перерабатывающих железорудных предприятий, способствующего формированию сбалансированной торгово-промышленной политики в части регулирования экспортных поставок, что создает объективные условия для

повышения конкурентоспособности и экономической устойчивости отраслевой экономики.

Основные научные результаты, выносимые на защиту

1. Выявлена значимость горнорудного сегмента черной металлургии в экспорте Российской Федерации продукции собственного производства, что позволило сформулировать концептуальные направления теории развития отечественной железорудной промышленности. Систематизированы научные основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Российской Федерации; уточнена экономическая сущность внешнеторгового развития железорудных предприятий, что позволило теоретически обосновать необходимость нового организационно-экономического развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в современных условиях, особенно в силу различного географического положения и политических событий.

2. Предложена концептуальная модель развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, на основе формирования их сбалансированной промышленной и торговой политики. Отличительной особенностью модели определение критерия сбалансированности производства и экспорта продукции и использование инструментов стратегического планирования для создания объективных условий повышения конкурентоспособности предприятий на зарубежных рынках, а также обеспечения устойчивости регионально-отраслевой экономики.

3. Разработан организационно-экономический механизм, включающий цели, задачи, принципы, критерии, показатели, методы, а также экономические, организационные и инфраструктурные условия развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в условиях перехода к инновационной экономике. Организационно-экономический механизм предполагает разработку и реализацию мероприятий отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, касающихся стимулирования экспорта и использование сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности регионального сегмента железорудной промышленности.

4. Определены основные мероприятия отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, связанные с поддержкой

внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области и направленные на поддержку и стимулирование экспорта продукции. Координация разработки и реализации указанных мероприятий осуществляется как органом регулирования промышленным комплексом региона, так и вновь создаваемой организационной структурой – региональным отделением союза экспортеров, в функции которых предлагается включить индикативное планирование и согласование объемов производства и экспорта продукции как условия для повышения экономической устойчивости регионального сегмента железорудной промышленности.

5. Разработана методика сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий на примере Белгородской области, включающая формирование пессимистического, оптимистического и наиболее вероятного сценариев экспорта продукции. Использование методики позволило оценить ожидаемый прирост экспорта железорудной продукции на основе модернизации производства, внедрения инновационных технологий внешнеторговой деятельности и стимулирования деловой активности экспортеров, обеспечивающих повышение конкурентоспособности продукции на зарубежных рынках.

Теоретическая значимость полученных результатов заключается в том, что основные положения и выводы, содержащиеся в диссертации, вносят вклад в теорию управления предприятиями металлургической промышленности, а также в методологию разработки механизмов развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий и могут быть использованы при совершенствовании научных методов повышения конкурентоспособности и экономической устойчивости отрасли промышленности в условиях перехода к инновационной экономике.

Практическая значимость результатов диссертации заключается в том, что их использование позволит: дать рекомендации по выбору наиболее эффективных методов формирования отраслевой промышленной политики, промышленной и внешнеторговой политики металлургических и в частности железорудных предприятий; разработке и реализации мероприятий отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, связанных с поддержкой внешнеторговой деятельности предприятий и направленных на поддержку и стимулирование экспорта продукции на основе создания союза экспортеров по

принципу местонахождения; разработке методики сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности предприятий; повысить конкурентоспособность предприятий на зарубежных рынках и устойчивость отраслевой экономики и ее региональных сегментов.

Результаты настоящего исследования могут быть использованы как методический и учебный материал при преподавании в учебных заведениях высшего и дополнительного профессионального образования по дисциплинам «Экономика промышленности», «Экономика, организация и управление промышленными предприятиями», «Экономика металлургической промышленности», «Государственное регулирование внешней торговли (модуль Таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности)».

Достоверность и обоснованность основных результатов и выводов диссертации обусловлена: методологическими и теоретическими предпосылками исследования вопросов развития внешнеторговой деятельности предприятий металлургической промышленности, использованием нормативно-правовой базы и статистической отчетности железорудных предприятий и Росстата, обобщением зарубежного и российского опыта; применением методов и методик, адекватных предмету и задачам исследования; достоверной информационной базой диссертационного исследования.

Реализация и апробация результатов исследования. Положения диссертации были использованы при подготовке Государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», а также при чтении лекций и проведении семинарских занятий в ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет» по дисциплинам «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности», «Государственное регулирование внешнеторговой деятельности», «Основы таможенного дела».

Предложения по развитию внешнеторговой деятельности железорудных предприятий обсуждены и одобрены на V-ой ежегодной научной конференции «Инновационные аспекты социально-экономического развития региона» аспирантов ГБОУ ВПО Московской области «Финансово-технологическая академия» (Королёв,

2014); всероссийской научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие регионов на инновационной основе» (Королёв, 2015); XVIII-ой международной научно-практической конференции «Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика» (Новосибирск, 2015); международной научно-практической конференции «Инновационное развитие – от Шумпетера до наших дней: экономика и образование» (Калуга, 2015); всероссийской научно-практической конференции «Современные проблемы и вызовы региональной экономики» (Королёв, 2016).

Публикации. Основные результаты диссертации отражены в 8 научных работах, общим объемом 4,34п.л., из которых 3 работы опубликованы в изданиях, входящих в перечень изданий, входящих в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий.

Глава 1. Научные основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в современных условиях

1.1. Теоретические основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

Определение сущности внешнеторговой деятельности требует выявления их природы, что в данном исследовании будет произведено путем рассмотрения сущности более общей по отношению к внешнеэкономической деятельности категории, а именно – внешнеэкономических связей государства.

Анализ существующих подходов к трактовке определения внешнеэкономических связей отдельных государств позволил выявить следующие точки зрения на их сущность, а именно:

- хозяйственное взаимодействие государств, в основе которого лежит международное разделение труда[19];

- совокупность видов экономической деятельности, отличительным признаком которой является межнациональное перемещение товаров, услуг, технологий, управленческого опыта, а также иностранный туризм[109];

- деятельность государств, отдельных предприятий, частных компаний, направленная на реализацию экономических отношений с иностранными государствами или субъектами хозяйственной деятельности зарубежных стран;

- позицию, ставшую уже классической, согласно которой, под внешнеэкономическими связями государства стоит понимать комплексную систему разнообразных форм международного сотрудничества государств и их субъектов во всех отраслях экономики[16].

Существуют и другие точки зрения на сущность данной категории, однако все они в конечном итоге сводятся к указанным выше. Так, можно выделить следующие критерии отнесения связей государств друг с другом к числу внешнеэкономических:

- ключевую роль международного разделения труда в данной форме связей государств;

- явное выделение субъектов внешнеэкономических связей, то есть, носителя действия, по реализации внешнеэкономических связей в конкретных их формах;

- межнациональное перемещение определенных, наделенных стоимостью объектов (товаров), право собственности или владения которыми закреплено за одним из субъектов внешнеэкономических связей, а заинтересованность в возмездном приобретении которых дана другому субъекту внешнеэкономических связей;
- наличие конкретных форм и видов внешнеэкономических связей, например, торговых отношений, производственной кооперации и других[77].

Вышеперечисленные критерии, в целом, устанавливают сущность внешнеэкономических связей, однако частное их толкование различными авторами разнится. Основными отличиями, в зависимости от позиции автора, являются точки зрения на уровень обобщения субъектов, а также на конкретные формы и виды внешнеэкономических субъектов.

Рассмотрим субъекты внешнеэкономических связей для того, чтобы глубже раскрыть сущность данной категории. Так, к числу субъектов внешнеэкономических связей стоит отнести тех носителей прав и обязанностей, которые позволяют им самостоятельно осуществлять хозяйственную деятельность с целью извлечения прибыли[9].

Так, согласно большинству приведенных выше подходов к трактовке сущности внешнеэкономических связей, основными их субъектами выступают государства, то есть особые формы организации общества, действующие на ограниченной территории. Ясно, что конкретная деятельность по установлению внешнеэкономических связей в их прямых формах (торговля, туризм, кооперация и т.д.) реализуется непосредственно экономическими субъектами внутри государства, система которых и представляет собой общую совокупность субъектов внешнеэкономических связей. Таким образом, к числу субъектов внешнеэкономических связей можно отнести[60]:

- регионы, находящиеся в самоуправлении;
- хозяйствующие субъекты;
- индивидуальных предпринимателей.

Все данные субъекты в рамках своей деятельности, которая при условии того, что их контрагентами являются иностранные по отношению к национальной

системе расположения субъекта партнеры, осуществляют внешнеэкономические связи. Отметим, что трактовка термина внешнеэкономические связи имеет не только общетеоретический, но и правовой аспект, так как регулирование хозяйственной деятельности осуществляется государством, исходя из его целей и задач. В рамках правового подхода термин внешнеэкономические связи раскрывается через термин внешнеэкономическая деятельность, сущность которого рассмотрим ниже.

Внешеэкономическая деятельность является комплексной характеристикой совокупности организационно-экономических, производственно-хозяйственных и оперативно-коммерческих функций экспортоориентированных предприятий с учётом избранной внешнеэкономической стратегии, форм и методов работы на рынке иностранного партнера[83]. В соответствии с законодательством Российской Федерации, под определением внешнеэкономическая деятельность понимается внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности либо правами на них[1].

В общетеоретическом же смысле внешнеэкономическая деятельность может быть рассмотрена как частный вид внешнеэкономических связей, а совокупность внешнеэкономической деятельности всех субъектов государства и составляет систему внешнеэкономических связей государства. Исходя из данного обобщения и формируется используемое в дальнейшем понимание сущности внешнеэкономических связей государств.

Ниже рассмотрим основные предпосылки возникновения внешнеэкономических связей. Большинство исследований прямо связывает возникновение внешнеэкономической деятельности государства с развитием международного разделения труда, то есть специализации стран на производстве определенных видов товаров, для изготовления которых в стране имеются более дешевые факторы производства и предпочтительные условия в сравнении с другими странами. При такой специализации потребности стран удовлетворяются собственным производством, а также посредством международной торговли. Рассмотрим основные предпосылки возникновения внешнеэкономической

деятельности на основе рассмотрения предпосылок появления и развития международного разделения труда, к которым обычно относят:

- природно-географические различия стран. Данная предпосылка обуславливает необходимость специализации стран на выпуске той продукции, ресурсным обеспечением для производства которой страна располагает в количестве большем, чем прочие страны. Условно считается, что более эффективно стране специализироваться лишь на тех видах производственной деятельности, которые для страны более эффективны в экономическом плане, однако полная реализация данной предпосылки ограничивается тем, что стране необходимо осуществлять деятельность и по обеспечению населения стратегически важными продуктами (пищевая промышленность, легкая, химическая, машиностроение, продукция военно-промышленного комплекса). В то же время поверхностный анализ экспортно-импортных операций большинства экономически развитых стран показывает, что, в конечном счете, все они стремятся к развитию обрабатывающих производств и сферы услуг;

- научно-технический прогресс. Ряд стран осуществляет научно-техническое развитие со скоростью, опережающей прочие страны, что позволяет им за счет владения правами собственности на результаты своей деятельности извлекать прибыль от торговли инновационными товарами на мировом рынке до тех пор, пока прочие страны своим уровнем развития не достигнут состояния удовлетворения внутреннего спроса данными товарами;

- различия в уровнях экономического и научно-технического развития стран (вплоть до наиболее успешных отраслей в рамках одного государства);

- тип хозяйствования и характер внешнеэкономических связей страны;
- экономическая экспансия транснациональных корпораций;
- развитие процессов региональной экономической интеграции.

Также стоит отметить некие общеэкономические предпосылки развития внешнеэкономических связей в нижеследующем виде[34]:

- принципа сравнительных преимуществ Д.Риккардо, то есть наличия особых условий (таких, как выгодное географическое положение, наличие редких природных ресурсов, квалификация специалистов, высокий уровень технического

оснащения хозяйства и производительности труда), которые дают стране определенные преимущества при производстве некоторых товаров и услуг[88]. При производстве различных товаров в отдельных странах на первый план выступают различия в относительной эффективности, что позволяет извлекать выгоды от специализации производства определенных видов товаров. Страны, которые специализируются на производстве таких товаров, в которых они имеют относительные преимущества, могут производить их в значительно большем объеме и лучшего качества, чтобы экспортировать в другие страны.

Внешнеэкономические связи (далее – ВЭС) и внешнеэкономическая деятельность (далее – ВЭД) являются исторической и экономической категориями[64]. Международный обмен также считается выгодным с экономической точки зрения, но только в том случае, если благодаря импорту товаров и услуг достигается экономия на их производстве и обеспечивается получение прибыли. Вместе с тем, учитывая современное развитие мирового хозяйства, всемерное развитие интернационализации и глобализации, следует добавить, что для отдельного государства эффективность международного обмена означает также и обеспечение рациональной структуры национальной экономики. Кроме того, внешнеэкономические связи в современном мировом хозяйстве являются факторами роста валового внутреннего продукта и, следовательно, валового мирового продукта. Это можно проследить на следующем примере[95]:

- отлаженный механизм внешнеэкономических связей позволяет перенести спрос на определенные товары и услуги с мирового рынка на внутренний рынок того или иного государства;

- увеличение внутреннего спроса посредством развития промышленности, сельского хозяйства, торговли, сферы услуг и финансовых учреждений, что в свою очередь способствует стабильному развитию внутреннего рынка страны. Именно ёмкий внутренний рынок является необходимым фактором стабильного роста внутреннего валового продукта;

- развитие внутреннего рынка в конечном итоге приводит к тому, что в рамках отдельной страны объем предложения превышает объем спроса. Таким образом,

возникает объективная необходимость расширения внешней торговли, которая способствует росту валового мирового продукта.

Так как экономические связи играют важную роль в развитии экономики государства, предположение о чем было сказано выше, обозначим основные направления развития внешнеэкономических связей государства в современных условиях. Так к этим приоритетным направлениям можно отнести следующие[32]:

- восстановление и развитие экспортного потенциала страны;
- использование иностранных кредитов для технического переоснащения;
- повышение конкурентоспособности национальных товаров на внешнем рынке на основе модернизации производства;
- изменение структуры импорта за счет увеличения удельного веса продукции промышленного производства в форме высокоточных технологий;
- обеспечение экономической безопасности страны за счет совершенствования экспорта и импорта.

Рассмотрев сущности и предпосылки развития внешнеэкономических связей государства, проанализируем основные их виды и формы на основе классификации по различным критериям. Под классификацией внешнеэкономических связей, а соответственно – и внешнеэкономической деятельности, будем понимать распределение видов и форм экономических связей на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленных целей на основе классификационной системы (включающей в себя непосредственно виды и формы связей).

В международной практике различают следующие критерии классификации видов внешнеэкономической деятельности:

- по структурному признаку;
- по направлениям торговли.

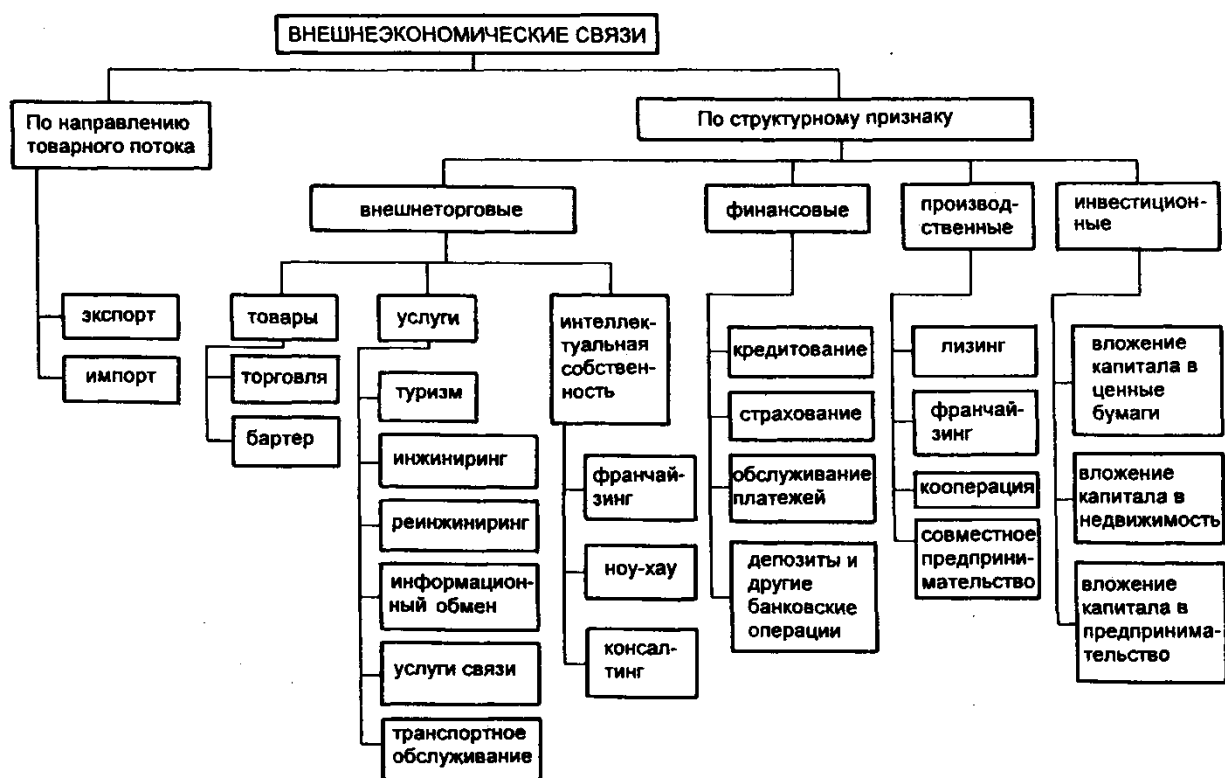


Рисунок 1 - Формы и виды внешнеэкономических связей[91]

Существует и другой подход к классификации внешнеэкономических связей, согласно которому выделяются такие их виды как:

- межстрановое движение товаров и услуг,
- финансовых и трудовых ресурсов,
- технологий,
- управленческого опыта и научно-информационных потоков,
- иностранный туризм.

Ниже рассмотрим сущность основных внешнеэкономических связей более подробно.

В международной практике различают следующие виды внешнеэкономических (forieng economic operation), или внешнеторговых операций по направлениям торговли:

- импортная (import) – приобретение товара у иностранного продавца с заводом в страну покупателя; или ввоз товара (работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности) на таможенную территорию государства без обязательств обратного вывоза;

– экспортная (export) – продажа товара иностранному покупателю с вывозом из страны продавца; или вывоз товара (работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности) с таможенной территории государства без обязательства об обратном ввозе;

– реэкспортная (reexport) – приобретение товара у иностранного продавца с завозом в страну импортера с целью последующей перепродажи его, без переработки, иностранному покупателю;

– реимпортная (reimport) – приобретение с ввозом из-за границы ранее экспортированного и не подвергшегося там переработке товара. К реимпортным относят следующие операции: возврат забракованных покупателем товаров, возврат товаров, не проданных на аукционе или не реализованных через консигнационные склады.

Внешнеторговые отношения (связи) также как и внешнеэкономические связи представляют собой сложную категорию, наиболее системный анализ которой возможен с позиции выделения ее составных элементов и отдельного их рассмотрения в рамках общей совокупности.

Так к числу видов внешнеторговых связей можно отнести внешнеторговые связи в сфере торговли товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности. Положенный в основу данной классификации объектный принцип выделения видов внешнеторговых отношений было решено считать наиболее результативным.

По видам товаров и услуг различают торговлю промышленной продукцией и торговлю сырьевыми ресурсами, а также торговлю продовольственными товарами. Отмечается, что доля промышленных товаров в общей структуре внешней торговли страны определяет ее научно-технический потенциал, уровень промышленного развития и место государства в международном разделении труда. Объем инвестиций в машиностроительный комплекс определяет характер и темпы структурной перестройки экономики государства, влияет на экологическую безопасность новых технологий. В современных условиях увеличивается роль маркетинга в формировании спроса на новые, экологически безопасные виды техники и технологий. Высокие темпы научно-технического прогресса ведут к

обострению конкуренции на рынке производителей промышленной продукции. Это способствует развитию сопутствующих и посреднических услуг, производственной и сбытовой кооперации.

К числу услуг, торговля которыми осуществляется в рамках внешнеторговых связей, можно отнести туризм, инжиниринг, реинжиниринг, информационный обмен, услуги связи, транспортное обслуживание.

Отметим, что, если предложенные выше подходы к классификации торговли товарами уже в целом сформированы и отвечают потребностям рынка, то торговля услугами и объектами интеллектуальной собственности, в части формирования окончательного их состава, еще не оформилась. Речь здесь идет о различиях в систематизации услуг на виды. К примеру, в приведенной выше классификации выделяется 6 видов услуг во внешнеторговой деятельности, а согласно Классификация торгуемых услуг в соответствии с руководством по составлению платежного баланса МВФ выделяется 11 их видов. Стоит принимать в учет, что в классификации услуг во внешнеторговой деятельности принимают участие так называемые «торгуемые» услуги, то есть те, которые в отличие от коммунальных услуг, образовательных, услуг здравоохранения, социальных, личных и ряда других услуг могут реализоваться за рубеж или иностранным гражданам на территории страны-экспортера услуг.

Ситуация с неоднозначной классификацией услуг по видам на сегодняшний день не представляет особых неудобств участникам бизнеса. Однако, учитывая, что сфера услуг на данный момент является одной из самых стремительно развивающихся и подверженных внедрению инноваций, стоит понимать, что переосмысление существующих классификации должно осуществляться на периодической основе и максимально соответствовать объективным реалиям рынка.

Торговля объектами интеллектуальной собственности, представленная в рамках классификации тремя их видами (франчайзинг, ноу-хау, консалтинг) также как и сфера услуг на сегодняшний день подвержена процессам развития. Сделки в сфере продажи информации, не являющиеся частью основных сделок, а сами выступающие в их роли достаточно часты, а появление новых подходов к передаче информации также требуют оптимизации системы их учета в ВЭД. Анализ

особенностей развития торговли объектами интеллектуальной собственности показывает, что актуальным для данной работы является рассмотрение такой формы данного вида внешнеэкономических связей как франчайзинг, под которым понимается вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения.

Современное развитие франчайзинга в Российской Федерации позволяет говорить о привлекательности данного вида экономической активности для собственников капитала. Причем речь здесь идет не только о потенциальных франчайзи, но и о развивающихся в России франчайзерах национального, а иногда и международного уровня. В то же время франчайзинг, как и любой вид договорной хозяйственной деятельности, реализующейся с участием двух сторон, требует должного документального оформления, которое впоследствии будет являться гарантом соблюдения сторонами своих обязанностей. В мировой практике совместной деятельности франчайзеров и франчайзи такая форма договорного регулирования формализовалась в договор франчайзинга.

Не вдаваясь в методологические аспекты франчайзинга, логично предположить, что договор франчайзинга направлен на регулирование совместной деятельности покупателей и продавцов франшиз, регламентируя их права, обязанности и ответственность друг перед другом и перед третьими лицами, такими как потребители, прочие экономические субъекты.

Осознавая привлекательность франчайзинга в качестве одного из способов развития национальных экономик в условиях перехода к постиндустриальному развитию экономики, большинство экономически развитых государств реализовали включение франчайзинга в свое правовое поле для создания условий активизации капитала в данную сферу. Так поступили, к примеру, правительства Австралии (1994 г. – дата принятия Кодекса поведения участников франчайзинга), Бразилии (1994 г. – Закон о франчайзинге), Китая (1997 г. – первая редакция, 2007 г. – вторая, обновленная редакция Закона о франчайзинге), Казахстана (2002 г. – Закон о комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)), США, приняв на государственном уровне соответствующие законодательные акты.

Несложно заметить, что большинство из рассмотренных стран провели легализацию франчайзинга на своей территории в середине 1990х годов. Это связано с тем, что в 1994 году Международным институтом унификации частного права была утверждена система Принципов международных коммерческих договоров, к числу которых и относился франчайзинг.

Данная деятельность, заключающаяся в объединении правовых систем государств с целью облегчения торговых отношений, в целом является логичным развитием системы внешнеэкономических связей и ведет к возникновению единого мирового рынка.

Однако ряд стран, к числу которых можно отнести большинство стран Европы и Российскую Федерацию не пошел по пути выделения для регулирования взаимоотношений участников франчайзинга отдельного правового акта, а вместо этого – произвел включение данного вида деятельности в существующие законодательно-правовые акты путем объединения с аналогичными по смыслу видами экономической активности. По мнению исследователей, данный способ может быть рассмотрен только лишь как переходный этап к полной легализации франчайзинга, так как специфика данной деятельности не позволяет осуществлять ее регулирование на основе использования несвойственных ей законодательно-правовых актов, пусть даже и похожих по содержанию.

В Российской Федерации, согласно Гражданскому Кодексу с 1996 года, франшиза приравнена к коммерческой концессии, то есть договорной форме регулирования отношений партнеров, согласно которой происходит предоставление правообладателем пользователю комплекса исключительных прав на использование объектов интеллектуальной собственности. Данный подход к трактовке сущности франшизы, как утверждает большинство теоретиков экономических наук и практиков бизнеса в корне не верен, так как не позволяет урегулировать взаимоотношения франчайзи и франчайзера с должной степенью жесткости, как то предполагает договор франчайзинга.

К числу основных проблемных областей, не позволяющих расценивать договор коммерческой концессии, как полную замену договору франчайзинга можно отнести: законодательный запрет франчайзеру регулировать цены реализации

товаров (услуг франчайзи), несбалансированность ответственности франчайзера и франчайзи перед друг другом и третьими лицами (покупателями), отсутствие мобильности участников договора при использовании авторских прав, а также неурегулированность вопроса возмещения франчайзи вреда, нанесенному франчайзеру, в отношении его деловой репутации.

Наличие вышеуказанных проблемных областей законодательного характера заставляет участников рынка франшиз на территории РФ использовать различные обходные схемы, что позволяет получить доступ к рынку РФ основным франчайзерам и получать выгоду от использования капитала – франчайзи, однако высокий риск неисполнения франчайзи своих обязательств, подкрепленный отсутствием правовой возможности к возмещению причиненного в случае возникновения данного риска вреда франчайзером, значительно тормозят развитие франшиз в России, что требует незамедлительного пересмотра законодательства.

Как видим, в отношении одного из наиболее интенсивно развивающихся элементов внешнеэкономических связей, такого как франчайзинг, определяющую роль играет государство, создавая необходимое правовое поле для активизации деятельности коммерческих субъектов.

Каждый из приведенных видов внешнеторговых отношений имеет ряд особенностей в части организации процесса продажи, правового обеспечения и ряда других характеристик, однако условно можно заметить, что при продаже за рубеж любого товара происходит разнонаправленное движение таких объектов как: право собственности на товар, товар в материальной или нематериальной форме, а также денежных средств и информации, сопровождающей движение каждого из объектов операции.

1.2. Методические подходы оценки эффективности внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

Внешнеторговая деятельность отечественных железорудных предприятий регулируется Конституцией РФ, федеральными законами и различными нормативными правовыми актами РФ, а также общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами. Так, Федеральный

закон от 08 декабря 2003 года №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» включает в себя деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью[2]. Внешняя торговля товарами в настоящее время является наиболее интенсивно развивающейся формой международных экономических отношений. Потребность сбыта национальной продукции на внешних рынках, необходимость государств в получении иностранных товаров, возможность извлечь максимальную прибыль за счет международного разделения труда – всё это является целями и задачами любого государства. Вывоз товаров с территории государства считается приоритетным во внешней торговле, потому что именно экспорт стимулирует приток иностранной валюты и конкурентоспособного товара на внутренний рынок.

Рассматриваемые в исследовании железорудные предприятия относятся к горнорудному сегменту горно-металлургической отрасли черной металлургии. Основная деятельность сосредоточена в такой сфере как добыча и обогащение рудного сырья, необходимого для производства в черной металлургии. Добыча железных руд в России занимает второе место по объему производства после топливно-энергетических ресурсов, и является важным в национальной экономике, формируя значительную долю внутреннего валового продукта Российской Федерации.

Современная внешняя торговля характеризуется снижением доли сырьевой продукции, основанной на выгодном географическом положении и природных условиях. Сырьевая модель экспорта железорудных предприятий, ориентированная на наращивание экспорта сырья, в долгосрочном плане бесперспективна[47]. Важной задачей становится повышение эффективности развития внешнеторговой деятельностью, от решения которой в значительной степени зависит устойчивость положения железорудного предприятия на внешних рынках.

Как можно заметить, общий объем экспорта Российской Федерации за 2013 и 2014 года был достаточно стабилен и держался на уровне 0,5 трлн. \$. Однако данные за 2015 год ниже, чем за соответствующий период прошлых лет.

Таблица 1 - Экспорт РФ 2013 – 2015 гг. (составлено автором по материалам [132])

Объем экспорта РФ, млн. \$, всего	2013 год	2014 год	2015 год
	527 242,30	497 833,70	343 426,70

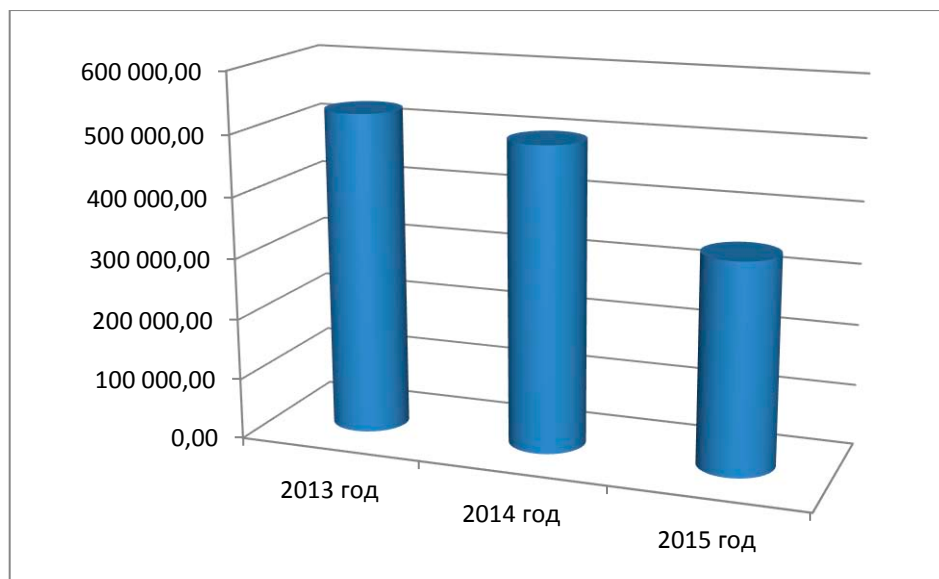


Рисунок 2 - Общий объем экспорта Российской Федерации 2013-2015гг., млн.\$.
(составлено автором по материалам [132])

Как видно из рисунка 2 данные за 2013, 2014 года приблизительно равны между собой, однако объем экспорта РФ в 2015 году показывает снижение численного показателя. Более детально анализ отклонений виден в таблице 2.

Таблица 2 - Анализ отклонений объема экспорта РФ(составлено автором по материалам [132])

Изменение 2013-14 гг.		Изменение 2014-15 гг.		Изменение 2015-13 гг.	
Абс.	Относ.	Абс.	Относ.	Абс.	Относ.
-29 408,60	-5,57%	-154 407,00	-31,01%	-183 815,60	-34,86%

Для выяснения точек снижения экспорта, приведем данные по объемам экспорта РФ в разрезе стран-экспортеров, которые приведены в Приложении 1. Представим данные по годам на рисунках 3, 4, 5.

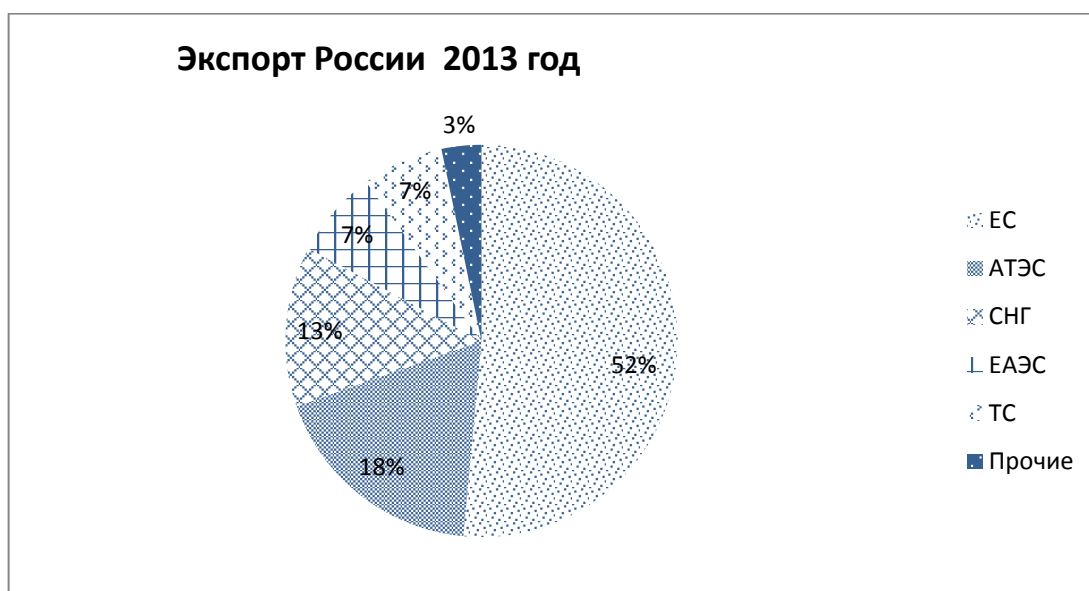


Рисунок 3 - Долевое участие стран в объеме экспорта РФ 2013 год
(составлено автором по материалам [132])

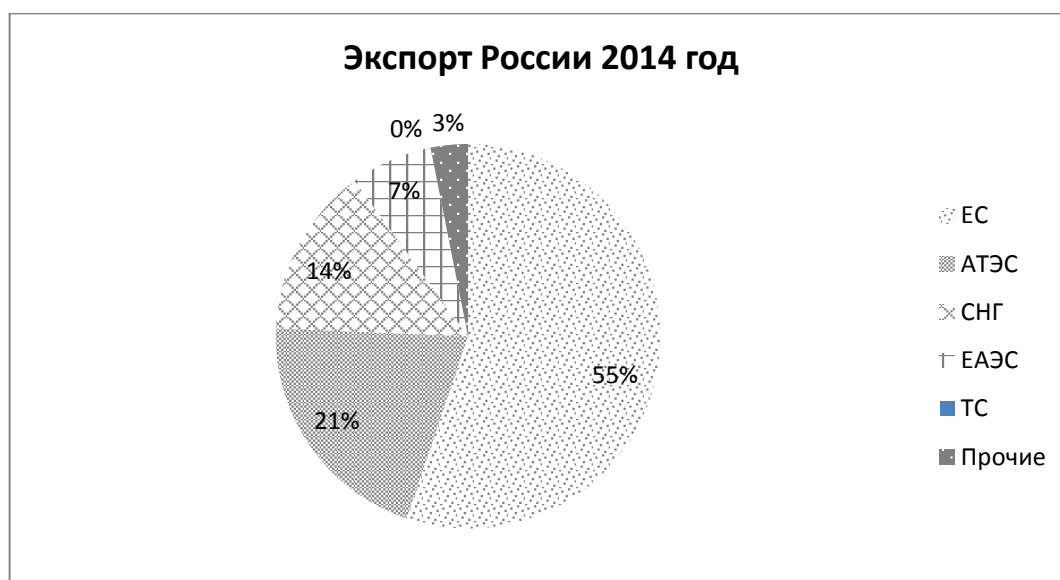


Рисунок 4 - Долевое участие стран в объеме экспорта РФ 2014 год
(составлено автором по материалам [132])



Рисунок 5 - Долевое участие стран в объеме экспорта РФ 2015 год
(составлено автором по материалам [132])

Исходя из рисунков 3, 4, 5 можно сделать ряд выводов:

- Наибольший вес экспорта приходится на страны Европейского Союза (ЕС). Хотя их долевое участие в 2015 году осталось на прежнем уровне, тем не менее произошло значительное снижение общего объема экспорта на 38%;
- Вторым по удельному весу находятся страны АТЭС (Азиатско-тихоокеанического экономического сотрудничества). Их доля в 2015 году увеличилась по сравнению с 2014 на 4%, а по сравнению с 2013 – на 7%. Это говорит о перспективности данного направления экспорта;
- Страны СНГ занимают третье место в общем экспорте РФ на уровне 13-15% стабильно за весь анализируемый период.

Далее, в Приложении 2 выделим, какие регионы России имеют наиболее весомое значение в общем объеме экспорта РФ. Для наглядности представим эти данные на рисунке 6.

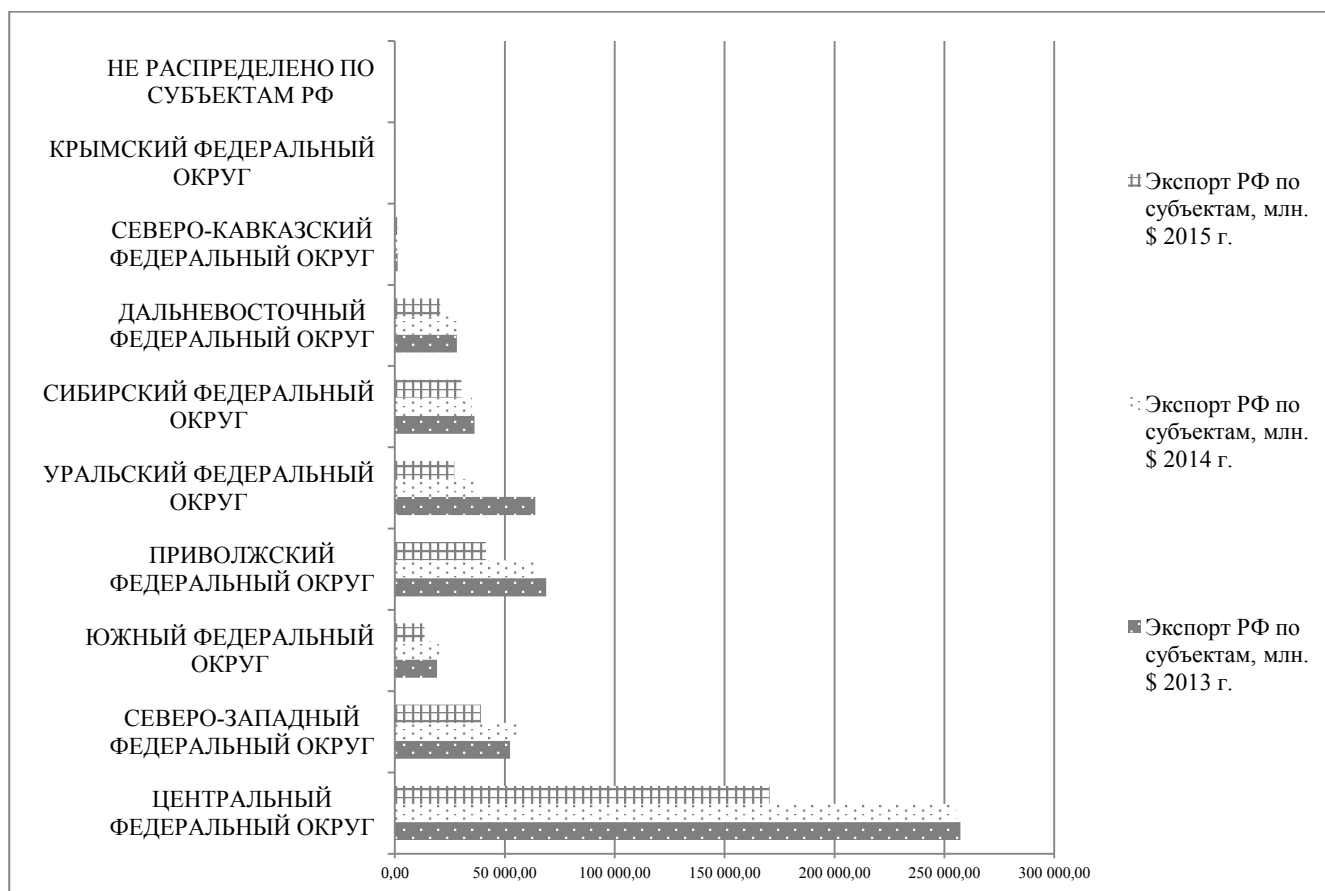


Рисунок 6 - Распределение суммы экспорта РФ по федеральным округам
(составлено автором по материалам [132])

По вышеозначенным данным отмечается явное лидерство Центрального федерального округа по сумме экспортируемых товаров. Также данный регион имеет небольшой рост по долевному участию в 2014 году относительно 2013 года. Так как данный округ занимает более половины общей суммы экспорта страны в целом, дальнейший анализ будем вести именно для центрального округа.

На следующем этапе нашего исследования выберем вторую часть объекта – товарную группы и конкретные виды товаров, экспорт которых наиболее востребован. Для этого приведем данные ФТС России за 2013 – 2015 года.

Таблица - 3 Экспорт РФ 2013 – 2015 гг. в разрезе товарных групп (составлено автором по материалам [132])

Товарные группы	Экспорт по товарным группам, млн. \$		
	2013 год	2014 год	2015 год
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного)	10 386,67	9 288,13	10 564,58
Минеральные продукты	218 278,31	211 234,69	186 375,20
Топливо-энергетические товары	225 132,46	208 160,75	184 218,39
Продукция химической промышленности, каучук	13 022,88	15 140,96	17 761,84
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	405,98	166,67	238,48
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	8 383,15	6 005,19	7 256,66
Текстиль, текстильные изделия и обувь	158,17	215,18	219,47
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	12 706,54	12 787,03	7 148,60
Металлы и изделия из них	18 875,27	20 053,69	25 945,09
Машины, оборудование и транспортные средства	13 022,88	12 080,95	14 988,67
Другие товары	6 869,97	2 700,48	2 877,84
Всего за год	527 242,30	497 833,70	457 594,82

Как видно из таблицы 3, почти вся сумма экспорта приходится на две товарные группы – минеральные продукты и топливо-энергетические товары. Для того, чтобы определить, какие именно товары экспортируются в большей и меньшей степенях, а также выявить иные направления экспорта, кроме нефтяного и газового, разложим данные на более детальные записи.

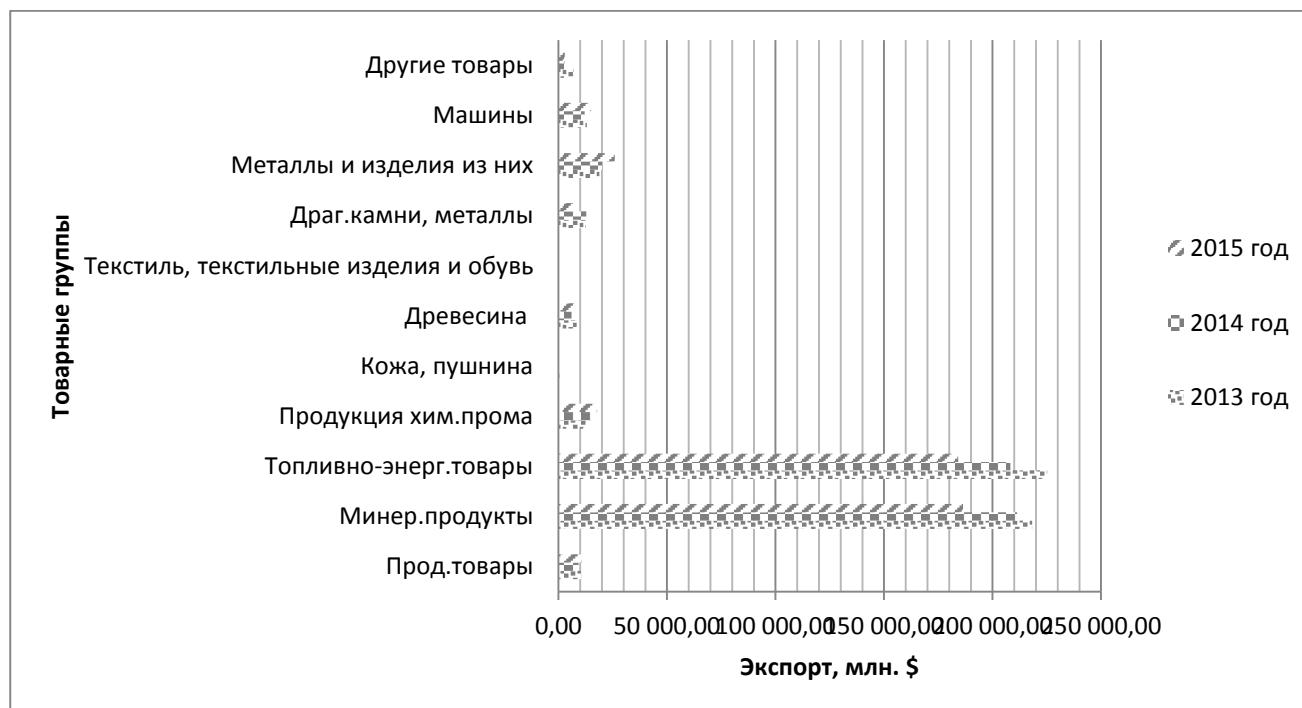


Рисунок 7 - Структура экспорта РФ 2013 – 2015 гг. в разрезе товарных групп, млн. \$ (составлено автором по материалам [132])

Ниже в таблице 4 рассчитаем динамику изменения в структуре товарных групп экспорта страны.

Таблица - 4 Динамика экспорта РФ по товарным группам 2013 – 2015 гг. (составлено автором по материалам [132])

Товарные группы	Изменение 2013-14		Изменение 1/2 2014- 1/0 15	
	Абс.	Относ.	Абс.	Относ.
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного)	-1 098,55	-10,58%	-1 347,82	-29,02%
Минеральные продукты	-7 043,62	-3,23%	-41 573,02	-39,36%
Топливо-энергетические товары	-16 971,72	-7,54%	-44 079,64	-42,35%
Продукция химической промышленности, каучук	2 118,07	16,26%	-2 299,53	-30,37%
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	-239,31	-58,95%	-62,07	-74,48%
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	-2 377,96	-28,37%	293,65	9,78%
Текстиль, текстильные изделия и обувь	57,01	36,04%	-77,21	-71,76%
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	80,49	0,63%	-4 160,57	-65,07%
Металлы и изделия из них	1 178,41	6,24%	-5 144,76	-51,31%
Машины, оборудование и транспортные средства	-941,94	-7,23%	-465,72	-7,71%
Другие товары	-4 169,49	-60,69%	1 900,43	140,75%

Можно отметить, что структурно особых изменений не отмечается. Далее произведем анализ товаров, которые были экспортированы из РФ в мае 2015 года. Это последний отчетный месяц, за который ФТС России разместила на своем сайте данные по товарам [132], экспортированных из РФ в разрезе стран направления. Полный перечень состоит более чем из 11 500 позиций. Поэтому данные были разложены по принципу АВС-анализа [18]. Товары группы А, составившие за отчетный месяц 80% от суммы общего объема экспорта, были проанализированы. Исходя из выводов, сделанных выше, было ясно, что большая часть экспорта приходится на нефть, нефтепродукты и природный газ. Поэтому анализ был произведен по группе А без нефти, нефтепродуктов и газа. В Приложении 3 представлена выборка экспорта товаров из России без нефти, нефтепродуктов и газа по различным направлениям. Если вышеизложенные данные сгруппировать без учета стран, в которые производится экспорт, получим следующий вид.

Таблица 5 - Экспорт из России товаров в мае 2015 года (составлено автором по материалам [132])

Наименование товаров	Сумма, \$
Автомобили легковые	49 318 113
Алмазы	389 768 563
Алюминий	645 933 733
Двигатели турбинные и прочие	72 247 920
Золото	82 597 503
Кокс и полукокс из каменного угля	29 634 331
Лесоматериалы	207 143 106
Летательные аппараты прочие	91 762 026
Масла из каменноугольной смолы	27 105 545
Масло подсолнечное	44 035 481
Проволока медная	155 746 395
Медь и сплавы из меди	391 672 596
Моторные транспортные средства	22 995 486
Никель	159 385 610
Отходы и лом из черных металлов	44 883 782
Полуфабрикаты из железа	280 993 162
Прокат из железа и стали	85 819 190
Прочие драгоценные металлы	90 599 817
Пшеница и меслин	23 220 384
Раки и крабы	35 955 437
Реакторы ядерные	126 974 530
Руды железные	33 053 442
Рыба мороженая	100 252 386
Смеси битумные	22 920 023
Суда и военные корабли	128 523 619
Трубы из черных металлов	34 331 364
Углеводороды ациклические	34 331 364
Уголь каменный	654 254 612
Удобрения азотные	87 775 193
Удобрения калийные	254 257 030
Удобрения комплексные	122 920 987
Ферросплавы	32 083 559
Фиктивная товарная позиция	1 075 604 355
Целлюлоза древесная	60 020 362
Части и комплектующие	55 247 300
Чугун	22 691 695
Ячмень	39 629 371

Визуализируя данные, построим гистограмму, отраженную на рисунке 8.

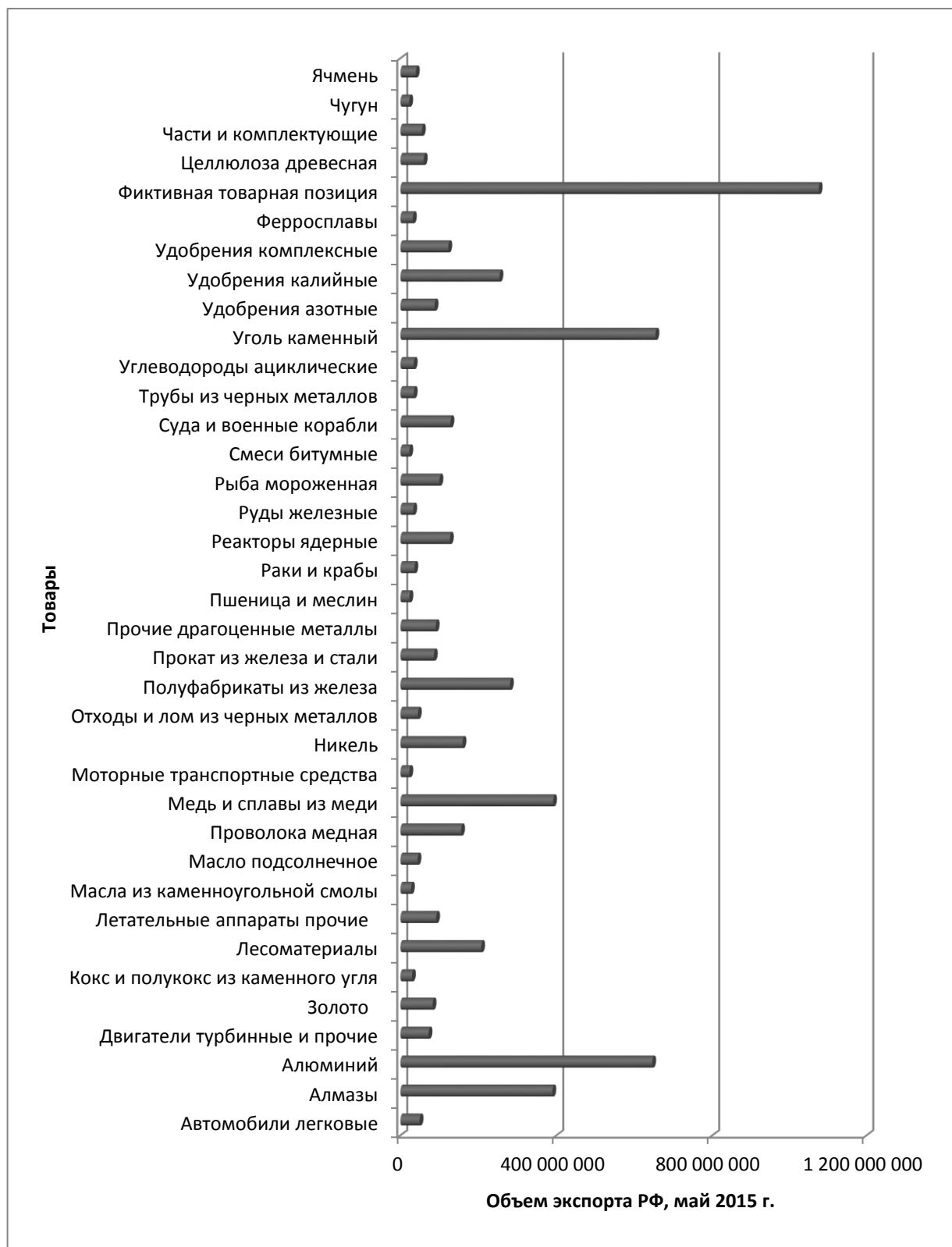


Рисунок 8 - Разложение экспортированных товаров в мае 2015 года, \$
(составлено автором по материалам [132])

Отмечаем, что без учета нефти, газа, нефтепродуктов, «фиктивных товарных позиций» (ошибки в учете и скрытые позиции) и минеральных ресурсов, наибольшие веса имеют (по степени уменьшения):

- Уголь каменный;
- Алюминий;
- Алмазы;
- Медь и производные из меди;
- Полуфабрикаты из железа с учетом проката из железа и стали и с учетом лома из черных металлов;
- Удобрения калийные;
- Лесоматериалы;
- Никель;
- Иное.

Как было означено выше, выбранный объект исследования – Белгородская область, в своей структуре экспорта имеет наибольший вес (более 75%) железо (руда, полуфабрикаты из железа, изделия, лом). Проведенный выше анализ подтвердил, что данные товары достаточно значимы в общей структуре экспорта страны.

Таким образом, окончательно принимаем как объект исследования экспорт Белгородской области в разрезе экспорта железа (руда, изделия, лом).

На фоне общероссийского снижения объема экспорта наблюдается снижение продукции железорудных предприятий, направленной на внешние рынки. В настоящее время выделяют основные тенденции развития черной металлургии: замедление темпов роста объемов производства и потребления металлопродукции; увеличение доли продукции, поставляемой на внутренний рынок; увеличение поставок на экспорт продукции с увеличением глубины переработки.

В целях обеспечения экономической безопасности государства считается целесообразным экспортировать не более четверти от национального производства стратегически важной продукции, к которой также отнесены товарные позиции 7204 и 7302 Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности таможенного союза[4]. Именно для изготовления вышеуказанных товаров используется

продукция горнорудного сегмента железорудных предприятий, поэтому не учитывать этот факт не представляется возможным. Взятый курс государства на импортозамещение для экспорта характеризуется как снижение зависимости нашего экспорта от импортных компонентов.

1.3. Концептуальная модель развития внешнеторговой деятельности

Развитие внешнеэкономической сферы любой страны традиционно рассматривается как фактор, дополняющий и стимулирующий внутреннюю экономику посредством переплетения национального и мирового воспроизводственных процессов, что в конечном итоге ведет к повышению уровня и качества жизни населения[57].

В качестве обобщенных результатов развития внешнеэкономической сферы любой страны принято рассматривать: экономию народно-хозяйственных затрат, ускорение НТП, прогрессивные структурные сдвиги в национальной экономике, рост национального дохода страны, рост уровня жизни населения. Внешняя торговля является основной формой внешнеэкономических связей страны. Для любой страны и для мира в целом ее роль трудно переоценить. Она опосредует большинство видов международного сотрудничества. По мнению Дж. Сакса, «экономический успех любой страны мира зиждется на внешней торговле. Еще ни одной стране не удалось создать здоровую экономику, изолировавшись от мировой экономической системы»[93]. Данная форма внешнеэкономических связей во все времена была «локомотивом» развития международных экономических отношений и одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики. Особенно бурный период ее развития пришелся на вторую половину XX в., что было обусловлено рядом причин (общим благоприятным состоянием мировой экономики в послевоенный период, развитием НТР, либерализацией внешней торговли, экономической интеграцией и т.д.). Кроме этого, нельзя недооценивать значение международной торговли периоды кризисов и спадов мировой экономики как одного из факторов стабилизации развития международных экономических отношений и преодоления экономического спада. Особенно актуально развитие

международных торговых отношений в условиях нынешнего мирового финансового кризиса, снижения объема международных инвестиций.

Одним из условий осуществления внешнеторговой деятельности является ее эффективность. Однако для определения эффективности необходимо провести ее комплексный экономический анализ на различных субъектных уровнях: макро- и микроуровне (фирм и домашних хозяйств). Наиболее исследованными, разработанными и достаточно полно освещенными в научной литературе являются методические аспекты анализа ВТД на уровне отдельных фирм (компаний, корпораций). Что же касается исследований методики экономического анализа данного вида деятельности на макроуровне и уровне отдельных индивидов (или домашних хозяйств), то здесь наблюдаются «пробелы» (исследования эффективности ВТД на уровне домашних хозяйств вообще практически не проводились).

По аналогии со сложившейся структурой методики комплексного экономического анализа внешнеторговой деятельности на микроуровне основными ее направлениями на макроуровне могут быть:

1) горизонтальный анализ внешней торговли страны. В данном направлении анализируются темпы роста, прироста внешнеторговых потоков в абсолютном и относительном выражении. Инструментарий для проведения данного направления анализа достаточно простой, давно изучен и не требует пояснения;

2) трендовый анализ внешней торговли страны, который является своего рода продолжением первого, но проводится за несколько лет. Традиционно минимальным периодом для проведения трендового анализа является срок 5 лет. Однако для получения более объективных данных необходимо изучение тренда внешней торговли государства за последние 20–30 лет;

3) вертикальный анализ внешней торговли страны, в ходе которого изучается структура экспортно-импортных операций, а также произошедшие в динамике структурные сдвиги. Исследование структуры может происходить в разрезе направления потоков (экспорта и импорта), товарной номенклатуры поставок и их географическом распределении. Показатели для осуществления вертикального анализа также достаточно просты и не требуют пояснения;

4) факторный анализ внешней торговли государства. В данном направлении также можно воспользоваться существующими инструментами микроуровня: аддитивными и мультипликативными моделями формирования экспортной выручки предприятия. Так, согласно аддитивной модели экспортная выручка компании определяется по следующей формуле:

$$Вэ = Sэ + НР + УР + Пэ, \text{ где}$$

Вэ – величина экспортной выручки без учета формы расчетов; Sэ – производственная себестоимость экспортной продукции;

НР – накладные расходы по экспорту;

УР – управленческие расходы, связанные с экспортом;

Пэ – прибыль по экспорту.

На макроуровне в качестве факторов формирования экспортных поставок (так же как импортных) в аддитивной модели могут выступать отдельные товарные группы, страны, виды компаний и т. д.

5) анализ эффективности внешней торговли страны. Эффективность – экономическая категория, суть которой заключается в сопоставлении результатов деятельности, прежде всего производственной и хозяйственной, и затрат различных факторов, необходимых для ее постоянного возобновления. В экономическом анализе используются два типа показателей эффективности: абсолютные и относительные. Абсолютный показатель эффективности (эффект) – это разница между результатами от определенной деятельности (доходом, выручкой от продаж и т. д.) и затратами на осуществление этой деятельности (расходами).

Любая хозяйственная деятельность (в том числе внешнеторговая) будет экономически выгодной, если показатели эффектности составляют положительную величину.

Считается, что с позиции национальной экономики (макроуровня) следует проводить оценку эффективности внешнеторговых отношений с другими странами, учитывая, что сферой возникновения эффекта выступает внутренняя среда фирм и национальных экономик, а сферой проявления полученной эффективности –

внешняя экономическая среда. В связи с этим эффект от развития внешнеторговых связей страны проявляется в следующих сферах:

1) бюджетной – за счет притока таможенных платежей от экспорта (импорта) товаров и услуг; увеличения налоговых платежей экспортно- ориентированных предприятий;

2) производственной – за счет модернизации технологической и производственной базы (при импорте оборудования);

3) социальной – за счет увеличения занятости при наращивании экспортного производства.

В результате повышается производительность и конкурентоспособность производства, наблюдается экономический рост, более полно удовлетворяются потребности населения, растет престиж страны в мировой экономике[57]. Однако данный подход к определению эффекта от ВТД на макроуровне не соответствует классическим признакам данной категории, как это было описано выше. Поэтому считаем целесообразным определить, что является результатами и затратами от ВТД на макроуровне. В дальнейшем это позволит точно сформулировать показатели эффекта и эффективности внешнеторговых связей страны. Для этого используем методику определения эффекта и эффективности ВТД на микроуровне, при согласии, что они достигаются в трех сферах: бюджетной, производственной и социальной.

Таблица 6 - Методика расчета эффекта и эффективности внешнеторговой деятельности на макро- и микроуровнях [57]

<i>Уровни и структура расчета показателей</i>	<i>Результаты ВТД</i>	<i>Затраты на осуществление ВТД</i>	<i>Эффект от ВТД</i>	<i>Эффективность ВТД</i>
1	2	3	4	5
1. Микроуровень				
1.1. Экспорт	Выручка от экспортных продаж	Производственные и накладные расходы по экспорту	4=2-3	5=4/3
1.2. Импорт	Выручка от продаж продукции, произведенной на импортном оборудовании, и выручка от перепродажи импортных товаров народного потребления	Затраты, связанные с приобретением импортного оборудования (импортных товаров народного потребления), и затраты на его эксплуатацию	4=2-3	5=4/3
2. Макроуровень				
2.1. Бюджетная сфера	Таможенные платежи в бюджет от экспорта и импорта, прирост налоговых платежей экспортно ориентированных отраслей	Затраты, связанные с содержанием таможенной службы, и частичные затраты, связанные с содержанием налоговой службы	4=2-3	5=4/3
2.2. Производственная сфера	Прирост совокупного производства продукции после модернизации оборудования за счет импорта	Совокупные затраты, связанные с приобретением импортного оборудования	4=2	5=4/3
2.3. Социальная сфера	Прирост численности занятых в экспортно ориентированных отраслях экономики за отчетный период	Среднесписочная численность занятых в экспортно ориентированных отраслях экономики за отчетный период	4=2	5=4/3

Перечисленные в таблице 6 пять направлений комплексного экономического анализа внешней торговли являются необходимыми, но, на наш взгляд, недостаточными для ее всестороннего исследования (а главное, для формирования плана и программы по улучшению состояния в данной сфере, так как анализ не может быть самоцелью) в современных условиях. Кроме явных выгод и издержек от

осуществления внешней торговли, существуют и так называемые неявные (альтернативные).

Примером такого рода издержек могут служить транзакционные издержки. Поэтому считаем необходимым дополнить изложенную выше методику еще двумя направлениями анализа, которые широко применяются в западной практике и для российской могут быть рассмотрены как инновационные направления;

б) бенчмаркинг внешней торговли страны. На микроуровне бенчмаркинг – это последовательный и непрерывный процесс измерения; процесс постоянного измерения и сопоставления бизнес-процессов организации с мировыми лидерами для получения информации, которая поможет организации принять меры по улучшению показателей своей деятельности. Многие компании сравнивают свои достижения с показателями конкурентов. Это помогает избавиться от самоуспокоенности и самоуверенности и дает возможность оценить достигнутые результаты и побуждает к действию. Однако этот процесс трудно считать бенчмаркингом в подлинном значении этого термина. Скорее, это лишь первый шаг на пути к бенчмаркингу. Вышеуказанное определение показывает, что бенчмаркинг нельзя сводить лишь к простому сравнению показателей. Оно ориентирует на сравнение процессов, имея в виду поиск путей их совершенствования. Поэтому акцент делается не просто на то, чего достигла другая организация, а как она этого достигла.

На макроуровне бенчмаркинг подразумевает сравнение основных показателей внешней торговли страны, которые были рассчитаны по предыдущим направлениям, с соответствующими показателями других стран – лидеров мировой экономики, при том что они должны быть сопоставимы с исследуемым государством по основным макроэкономическим показателям. Выборка количества таких стран при этом должна быть обоснована исследователем;

7) реинжиниринг внешней торговли страны. На уровне компаний реинжиниринг можно определить как «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности как затраты, качество, уровень обслуживания и

оперативность»[1]. Объектом реинжиниринга являются не организации, а процессы. Компании подвергают реинжинирингу не свои отделы продаж или производства, а работу, выполняемую персоналом этих отделов. Организации, проводившие реинжиниринг своих бизнес-процессов, обнаружили скрытые резервы повышения эффективности своей деятельности, которые не находили своего отражения при проведении обычного (традиционного) анализа. Если считать внешнюю торговлю как своеобразный бизнес-процесс только на уровне государства, то возможно, по нашему мнению, аналогичное применение инструментов реинжиниринга для внешней торговли на макроуровне.



Рисунок 9 – Концептуальная модель развития внешнеторговой деятельности
(составлено автором)

На рисунке 9 представлена модель развития внешнеторговой деятельности, основанная на формировании сбалансированной промышленной и торговой политики. Отличительной особенностью модели является определение критерия сбалансированности производства и экспорта продукции и использование инструментов стратегического планирования для создания объективных условий повышения конкурентоспособности предприятий на зарубежных рынках, а также

обеспечения экономической безопасности и устойчивости отраслевой экономики и ее региональных сегментов.

Таблица 7 - Задачи и методы реализации модели (составлено автором)

ЗАДАЧИ			
Формирование региональной системы управления устойчивым развитием ВТД железорудных предприятий	Формирование системы поддержки проектов устойчивого развития ВТД железорудных предприятий	Организация системы стимулирования сбыта продукции железорудных предприятий	Создание системы мониторинга развития ВТД железорудных предприятий
МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ			
Совершенствование взаимодействия региональных органов власти и представителей бизнеса Совершенствование интеракций органов региональной и федеральной власти	Налоговые льготы для предприятий горнорудного сектора Инвестиционная поддержка предприятий Разработка стратегической программы развития ВТД	Реинжиниринг производств Внедрение методов бенч маркетинга Разработка PR-программы	Проведение PSET и SWOT аналитики Оценка производственной и экономической результативности Разработка системы показателей экономической эффективности в условиях рисков

В продолжение исследования системного подхода в развитии внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, автором были выявлены сильные стороны, которые будут способствовать избеганию угроз. С этой целью необходимы:

- разработка эффективной политики мониторинга и менеджмента отрасли;
- разработка PR-стратегии развития отрасли в международной среде с целью повышения открытости информации потенциальных потребителей;
- разработка реинженеринговой и стратегической программы расширения ассортиментной продукции горнорудного сектора и поэтапный переход от сырьевого рынка к технологическим продуктам.

В условиях расширения внешнеэкономических связей регионов особенно актуальными являются проблемы обеспечения их внешнеэкономической безопасности, которая представляет собой состояние внешнеэкономических связей, отражающее участие региональных производственных сил в мировых воспроизводственных процессах и воздействие мировой хозяйственной системы на

региональные производственные отношения, которое построено на основе баланса интересов региональных и зарубежных участников и обеспечивает их устойчивый экономический рост.

Глава 2. Современное состояние зарубежного и отечественного опыта развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

2.1. Зарубежный опыт развития внешнеторговой деятельности предприятий

Развитие подавляющего большинства региональных экономик на сегодняшний день определяется тенденциями интеграции и глобализации. Потому правительства стран формируют и активно используют инструментарий стимулирования внешнеторговой деятельности национальных железорудных компаний. Укрупненное видение данного вопроса находится в границах внешнеторговой политики государства и мер региональных властей по стимулированию экспорта и доступа на зарубежные рынки. Государственная поддержка экспорта носит комплексный характер, способствуя как продвижению отечественной продукции на мировые рынки, так и созданию конкурентоспособного продукта.

При изучении зарубежного опыта развития внешнеторговой деятельности предприятий в области добычи и переработки железосодержащей руды были выбраны Бразилия и Австралия, потому как именно предприятия из этих государств занимают лидирующее положение в данной отрасли в мире.

Бразилия.

Бразилия является крупнейшим игроком мировой торговли, входя в число ведущих поставщиков железорудного сырья. В 2013 году объем внешней торговли Бразилии составил 484,1 млрд.долл.[127] с долей экспорта в 242,2 млрд.долл. Страны с которыми Бразилия осуществляет свою внешнеторговую деятельность являются: Китай, США, Аргентина, Германия, Нидерланды, Япония, Южная Корея, Италия.

Таблица 8 - Внешняя торговля Бразилии 2007-2013 годы (млрд.долл.) (составлено автором по материалам[127]).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Экспорт	160,6	197,9	153,2	201,78	256,16	242,58	242,2
Импорт	120,6	173,2	134,1	182,22	225,63	223,15	239,6
Торговый баланс	40	24,7	19,1	19,56	30,53	19,43	2,6

Рассматривая товарную структуру экспорта, наблюдается ведущая роль экспорта железных руд и концентратов, которые занимают первое место за последние года (13,2% в 2013 г.) от всего объема экспортируемых Бразилией товаров[127], обеспечивая ей лидирующее положение по поставкам данной продукции в мире. Затем идут соя, нефть, сахар, буровые и нефтедобывающие платформы, мясо курицы, кукуруза и т.д. Большую долю своего железорудного сырья Бразилия экспортирует в Китай, динамика которого увеличивается. Ниже приведены основные рынки сбыта железной руды и концентратов.

Таблица 9 - Рынки сбыта железной руды и концентрата Бразилией 2012-2013 гг. (млрд.долл.) [127]

Страна сбыта	2013	2012	динамика %
Китай	15,9	14,9	6,78
Япония	3,1	3	4,56
Нидерланды	1,8	1,4	30,16
Южная Корея	1,5	1,5	-4,2
Германия	1,1	0,9	18,33

Горнодобывающий сегмент черной металлургии Бразилии представляет собой высокоразвитую, обеспеченную мощной минерально-сырьевой базой железорудную промышленность. Измеренные и установленные ресурсы железных руд Бразилии оцениваются в 60 млрд. т, подтверждённые запасы – в 23 млрд. т. Выделяют следующие промышленные предприятия, занимающиеся добычей и обработкой железорудного сырья в Бразилии: «Vale», «Companhia Siderurgica Nacional», «MMX Mineracao e Metalicos S.A.», «MHAG Mineracao». Мировым

лидером считается компания Vale, которая эксплуатирует основные месторождения железных руд в стране, залегающих в четырёх железорудных районах - Железорудный Четырехугольник и Итабира в штате Минас-Жерайс, Каражас в штате Пара и Корумба-Урукун в штате Мату-Гросу-ду-Сул.

Железорудные предприятия компании «Vale» добывают железные руды содержащие 35-60% железа (они нуждаются в обогащении до содержания железа в концентрате 64%), в меньшем количестве разрабатываются высокосортные гематитовые руды с содержанием железа в среднем 66%. На рудниках осуществляют дробление, классификацию и магнитную сепарацию, получая агломерационную и кусковую руду и железорудный концентрат.

Компания «Vale» имеет восемь фабрик по производству железорудных окатышей, пять из которых входят в состав совместных предприятий. За последние десять лет все бразильские железорудные компании значительно расширили производство, в результате чего Бразилия производит около 700 млн. т руды, являясь одним из крупнейших экспортёров в мире, поставляя более 75% всей выпущенной в стране товарной железной руды.

Повышение конкурентоспособности производимой продукции во внешнеторговой деятельности железорудных предприятий базируются в основном на маркетинговых мероприятиях; увеличении объемов продаж; постоянное снижение себестоимости выпускаемой продукции[119].

В государстве проводится политика стимулирования экспорта, которая за последнее десятилетие привела к мощному наращиванию экспортного потенциала страны в первую очередь товаров промышленного производства. В свою очередь роль государства во внешней торговле постоянно сокращается. Свернуты программы регулирования экспорта, упразднена государственная монополия на торговлю. Бразилия стимулирует экспортную деятельность следующими способами:

- облегчает доступ к источникам финансирования с помощью федеральных программ по финансовой поддержке экспортеров, основной целью которой является

повышение конкурентоспособности бразильских производителей и экспортеров на внешних рынках[131];

- использование режима drawback, служащего для возврата стоимости импортных компонентов, используемых при производстве товаров национального экспорта[74];

- применение зон экспортной переработки (ZPE) в соответствии с Декретом-законом № 2,452 от 29 июля 1988 года и Закона № 8,396 от 02 января 1992 года[125]. Эти нормативные акты определяют, что органы исполнительной власти на местах имеют право создавать зоны экспортной переработки с целью укрепления экономической ситуации в регионе, сокращения региональных диспропорций и содействию распространения технического, экономического и социального развития общества. Зоны экспортной переработки являются разновидностью зон свободной торговли и используются для выхода отечественных компаний на зарубежные рынки.

Внешнеторговая деятельность железорудных предприятий Бразилии – это, в первую очередь, последствия продуманной внешнеторговой стратегии страны в целом. Нарастание национального экспорта происходит за счет товаров промышленного производства - в железорудном производстве это окатыши, ГБЖ. В то же время экспортная роль железной руды остается высокой.

Австралия.

Внешняя торговля занимает центральное место в экономике Австралии. Экспорт создает около четверти национального дохода страны[14]. Железная руда и ее концентраты занимают первое место и являются важнейшей составляющей австралийского экспорта, составляя 9% всех мировых запасов железной руды. Страна экспортирует более 80% добываемых железных руд и их концентратов, что говорит о сырьевой направленности экспорта Австралии. Тем не менее, внешняя торговля, направленная на экспорт именно этими товарами, в трудных условиях на мировом рынке, является опорой экономики страны, успешно находя новые и расширяя старые источники сбыта. Это свидетельство того, что сырьевая

предрасположенность экспорта не является чем-то пагубным для страны, а, напротив, при умелом использовании сырьевых ресурсов, как это убедительно показывает опыт Австралии, может быть благоприятной основой для успешного развития экономики[14].

В таблице 10 представлена товарная структура экспорта по ее ведущим товарным группам, где мы можем видеть лидирующее положение в экспорте Австралии железной руды и концентратов.

Таблица 10 - Список 10 основных австралийских экспортных товаров и услуг, в стоимостном выражении (в млн. австр. долл.) (составлено автором по материалам[118])

	Общий объем экспорта товаров и услуг	2013-14	2014-15
1	Железная руда и концентраты	74671,00	54465,00
2	Уголь	39960,00	37885,00
3	Туристические услуги, связанные с образованием	15870,00	18172,00
4	Натуральный газ	16305,00	16904,00
5	Персональные туристические услуги	13874,00	14760,00
6	Золото	13261,00	13512,00
7	Говядина	6422,00	9039,00
8	Сырая нефть	10427,00	8154,00
9	Алюминиевые руды и концентраты (вкл.глинозем)	6078,00	7106,00
10	Пшеница	6084,00	5528,00

В 2015 году значительное негативное влияние на экономику Австралии оказало резкое падение цен на железную руду, которая является основной статьей экспорта, а также высокий курс австралийского доллара, сдерживающий темпы роста экспорта секторов, не связанных с горнодобывающей промышленностью.

Производство железной руды в Австралии в 2014-2015 финансовом году выросло на 14,9% и составило 781,4 млн. тонн. Рекордный объем добычи железной руды совпал со слабым спросом со стороны Китая, что привело к падению цены на

этот сырьевой товар. Объем экспорта вырос на 14,8% и составил 747,7 млн. тонн. Поступления от экспорта железной руды сократились на 27% и составили 54,5 млрд. австр. долл.

Таблица 11 - Производство и экспорт железной руды в Австралии[118]

		2013-14	2014-15	Изм. %	2015-16 (п)
Производство	млн. т	680,1	781,4	14,9	855,4
Экспорт	млн. т	651,4	747,7	14,8	811

(п) - прогноз

Основным импортером австралийской железной руды является Китай. Его доля составляет 77,2%. Стоит отметить, что Австралия экспортирует львиную долю добываемой и перерабатываемой железной руды.

Правительством Австралии проводятся шаги по стимулированию экспорта продукции железорудных предприятий. В частности, был отменен налог на выбросы углекислого газа и рентный налог на минеральные ресурсы. Особое место занимает внедрение инноваций в горнорудный сегмент по добыче железорудного сырья. Большинство австралийских железорудных компаний модифицируют и улучшают существующие зарубежные инновации и технологии. Австралийским железорудным компаниям принадлежит 60% мировых открытий в области горного дела. Австралия лидирует в методах оценки залежей минералов и в вопросах технологии их обработки, совершенствования горного оборудования и научного анализа технологий. Инновации Австралии также включают изобретения автоматической системы составления карт бурения, новые методы восстановления месторождений минералов[14].

Правительство играет важную роль в финансировании инноваций посредством выделения средств научно-исследовательским организациям. Основные области научных исследований – инжиниринг и информационно-вычислительные науки. Около 89% финансирования, направленного на поддержку инноваций частного бизнеса, являются предоставляемыми налоговыми льготами, которые являются крупной формой государственной поддержки. Налоговые льготы помогают компаниям компенсировать некоторые из расходов, направленных на

исследования и разработки. Программа призвана увеличить количество предприятий, проводящих исследования. Она предоставляется компаниям любых размеров из всех отраслей. Все перечисленные нововведения в совокупности с дешевой энергетической составляющей (добыча угля) по добыче и переработке железорудного сырья даёт предприятиям Австралии возможность выигрывать в конкуренции у своих международных коллег.

Основными экспортными рынками австралийских железорудных предприятий являются: Китай – 90,3 млрд. австр. долл. (28,3%); Япония – 46,6 млрд. австр. долл. (14,6%); США – 20,5 млрд. австр. долл. (6,4%); Республика Корея – 20,5 млрд. австр. долл. (6,4%); Индия – 12,7 млрд. австр. долл. (4%)[118]. Увеличение внешнеторговой деятельности с Китаем можно смело связывать с заключенным в 2014 году и вступившем в силу в декабре 2015 года китайско-австралийского Соглашения о свободной торговле (ChAFTA). ChAFTA открыло значительно новые возможности для австралийских компаний в настоящее время. Соглашение дает доступ ко второй по величине экономике в мире и значительно усиливает конкурентные позиции австралийских компаний в ключевых областях, таких как экспорт промышленных товаров, услуг, инвестиций, ресурсов, в том числе поставляемых железорудными предприятиями[130].

Наиболее крупными железорудными районами являются Хамерслей, Порт Пилбара и Кимберли, расположенные в штате Западная Австралия. Основные компании Австралии по добыче железной руды являются «BHP Billiton», «Rio Tinto», которые вместе с бразильской компанией «Vale» являются главными мировыми экспортерами железной руды.

На федеральном уровне государственную поддержку экспорту оказывают: Австралийская Торговая Комиссия (Austrade – <http://www.austrade.gov.au/>) и Корпорация экспортного финансирования и страхования (Export Finance and Insurance Corporation, EFIC – <http://www.efic.gov.au>). Основная задача Австралийской Торговой Комиссии является содействие развитию экспортной торговли австралийских компаний и привлечение прямых иностранных инвестиций в Австралию. Основным законом, регулирующим деятельность этой организации,

является закон об Австралийской торговой комиссии (Australian Trade Commission Act 1985). Комиссией предлагается широкий набор платных и бесплатных услуг для австралийских экспортеров. Бесплатные услуги для экспортеров предоставляются в виде готовых советов и рекомендаций по ведению бизнеса за рубежом на официальном сайте. Также на сайте предлагаются обзоры различных зарубежных рынков и отраслей. Платные услуги заключаются в информировании по входу на рынок; анализ рынка страны, (рыночные тенденции, статистические данные, барьеры, нормативные правила, оценка рыночного потенциала, консультации о востребованности продукта или услуги, прочее); выявление потенциальных партнеров и клиентов (изучение ключевых игроков рынка, конкурентов, структуры отрасли); организация бизнесмиссий; организация маркетинговых мероприятий. Также поддержка экспортерам оказывается правительствами штатов Австралии через торгово-промышленные палаты штатов, экспортные агентства штатов, департаменты торговли и инвестиций штатов. Дополнительную поддержку экспортерам оказывают некоммерческие организации – Австралийский экспортный совет (<http://www.export.org.au/>) и Австралийский институт экспорта (<http://www.aiex.com.au/>). Совет содействует австралийской промышленности на международных рынках, а институт с 1957 года проводит различные практические тренинги и курсы по развитию бизнеса на международных рынках для австралийских компаний из многих отраслей промышленности.

С 1957 года в Австралии действует Корпорация по экспортному финансированию и гарантиям – The Export Finance and Insurance Corporation (EFIC). Данная корпорация является федеральной государственной корпорацией, основной задачей которой является оказание финансового содействия, включая кредитование, страхование и гарантирование внешнеторговых операций австралийских экспортеров. Корпорация работает на принципе самокупаемости, но она не конкурирует с другими финансовыми институтами, а дополняет их услуги своими, особенно в тех секторах, в которых обычные коммерческие структуры не имеют возможности или не заинтересованы развивать свою деятельность. Так, например, EFIC оказывает среднесрочное кредитование. Кроме этого, корпорация

связывает предоставление финансовой помощи с содержанием доли местной продукции. Финансовая помощь EFIC оказывается в следующих видах:

- среднесрочного, долгосрочного кредитования и гарантий (на срок более 2-х лет) покупателей австралийских экспортных товаров (обычно при экспорте средств производства и услуг);

- среднесрочного, долгосрочного страхования от политических рисков при инвестировании за границей. Финансовое содействие оказывается EFIC через коммерческий счет и через счет «national interest account». В первом случае EFIC выступает, как обычная коммерческая структура. Во втором случае все транзакции подлежат получению письменного одобрения Министра торговли страны, прибыль перечисляется в бюджет, а убытки покрываются за счет государства. В этом случае государство так же несет ответственность по обязательствам EFIC перед третьими лицами. В соответствии с разделом II Договоренности ОЭСР об экспортных кредитах с официальной поддержкой (Agreement on officially supported export credits) EFIC оказывает среднесрочное и долгосрочное кредитование. Кредитование на срок более двух лет (максимально до 5 лет) может быть застраховано от риска неплатежа из-за определенных коммерческих и политических событий. Коммерческие события могут включать банкротство покупателя или нарушение им платежных обязательств. Политические события могут включать войну, гражданскую войну или переворот, введение изменений в национальную законодательную базу, приводящих к срыву контракта, невозможности конвертации или перевода валюты из страны покупателя. В этих случаях EFIC: помогает защитить поступления от экспорта, снижая финансовые риски, обеспечивает 100% страхование от неплатежей по указанным выше политическим случаям, обеспечивает 90% страхование от неплатежей по указанным выше коммерческим случаям, позволяет удлинять сроки платежей[118].

В 2014 году по объему финансирования доля горнодобывающего сектора составила 6,4%. Основная форма поддержки – предоставление экспортных финансовых гарантий (56%), предоставление займов для экспортных контрактов занимает вторую строчку (23,4%), далее следует предоставление облигаций (14,8%).

Анализ внешнеторговой деятельности зарубежных стран позволяет говорить о мощной государственной поддержке не только малого и среднего бизнеса в области добычи и переработки железорудного сырья, но и крупных предприятий. Что касается самих железорудных предприятий, то, в первую очередь, развитие их внешнеторговой деятельности ввиду различных вызовов, происходящим в мировой торговле, направлено на маркетинговые исследования, увеличении объемов продаж и снижения себестоимости продукции.

2.2. Особенности развития внешнеторговой деятельности отечественных железорудных предприятий

Одной из ключевых особенностей современной работы отечественных железорудных предприятий с позиции взаимодействия с внешними рынками выступает их внешнеторговая деятельность. Деятельность таких предприятий относится к группам статистической отчетности, основанной на следующих видах экономической деятельности, которые отражены в общероссийском классификаторе видов экономической деятельности: «добыча полезных ископаемых», «обрабатывающее производство». Некоторая сложность настоящего исследования заключается в том, что имеющиеся статистические данные, представленные в Росстате, не в полной мере раскрывают информацию о железорудных предприятиях как участников внешнеторговой деятельности. В связи с этим наш анализ внешнеторговой деятельности строится на основе данных о динамике объемов и структуры экспорта и импорта России в целом по товарным группам ТНВЭД ТС 2601 (руды и концентраты железные) и 7203 (продукты прямого восстановления железной руды: куски, окатыши и аналогичные формы) и тех ее регионов, которые осуществляют добычу и переработку железорудного сырья. Это открытые данные, представленные Федеральной таможенной службой.

Исходя из того, что по запасам и добыче железной руды России основным регионом является Центральный федеральный округ[25], целесообразным считается рассмотреть внешнеторговую деятельность железорудных предприятий, расположенных в данном округе.

Таблица 12 - Распределение балансовых запасов железной руды и объемов добычи по федеральным округам[69]

Федеральный округ	Балансовый запас (А+В+С1) на 01.01.2011		Добыча железорудного сырья		Производство товарной руды			
	млн т	%	2010 г.		1990 г.		2010 г.	
			млн т	%	млн т	%	млн т	%
Центральный	32 388,40	59,70	122,60	45,50	47,70	44,30	53,40	52,90
Северо-Западный	1 976,50	3,60	59,80	22,20	20,10	19,50	20,20	20,00
Уральский	7 987,40	14,70	63,30	23,50	20,50	19,10	16,50	16,30
Приволжский	264,90	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сибирский	7 157,80	13,30	23,70	8,80	18,40	17,10	10,90	10,80
Дальневосточный	4 453,00	8,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего по России	54 228,00	100,00	269,40	100,00	107,60	100,00	101,00	100,00

В таблице 12 приведены данные, указывающие на то, что почти 60% балансовых запасов железных руд сосредоточены в Центральном федеральном округе, который включает в себя две области, разрабатывающие железорудные месторождения – это Курская и Белгородская. Залежи железных руд имеются также в Орловской и Липецкой областях, но в настоящее время их не разрабатывают. В целом этот регион относится к крупнейшему железорудному бассейну мира по количеству запасов железной руды и носит название Курская магнитная аномалия (КМА).

Здесь разведаны уникальные запасы богатых железных руд и магнетитовых кварцитов. Вовлечены в промышленное освоение запасы крупнейших месторождений: Михайловское, Стойленское, Лебединское, Стойло-Лебединское, Южно-Лебединское, Коробковское. В таблице 13 приведены горно-обогатительные комбинаты и способ добычи сырья в Центральном федеральном округе.

Таблица 13 - Предприятия, добывающие и перерабатывающие железорудное сырье Центрального федерального округа России (составлено автором)

Наименование горно-обогатительного комбината	Способ разработки железорудного сырья	Местонахождение, месторождение
Стойленский горно-обогатительный комбинат	Открытый	Белгородская область, Стойленское месторождение КМА
Лебединский горно-обогатительный комбинат	Открытый	Белгородская область, Лебединское месторождение, Стойло-Лебединское месторождение, Южно-Лебединское месторождение.
Михайловский горно-обогатительный комбинат	Открытый	Курская область, Михайловское месторождение
Комбинат КМАруда	Подземный	Белгородская область, Коробковское месторождение

Стоит отметить, что практически все предприятия, занимающиеся добычей железорудного сырья в настоящее время перерабатывают большую часть руды в продукцию с высокой добавленной стоимостью: окатыши и ГБЖ (горячебрикетированное железа) самостоятельно. Рассмотрим некоторые из них, являющиеся лидерами по добыче и переработке железорудного сырья. ОАО «Стойленский ГОК» входит в группу компаний «Новолипецкий металлургический комбинат» (НЛМК Россия). ОАО «Михайловский ГОК» и ОАО «Лебединский ГОК» являются составной частью горнорудного сегмента ООО УК «Металлоинвест», который обладает вторыми по величине в мире разведанными запасами железной руды (14,2 млрд.тонн), что гарантирует в перспективе более 150 лет эксплуатационного периода при текущем уровне добычи[120].

В таблице 14 приведен ассортимент выпускаемой продукции, которую производят горно-обогатительные комбинаты Центрального федерального округа.

Таблица 14 - Производство товарной продукции в 2015 году, тыс. тонн в бассейне Курской магнитной аномалии ЦФО (составлено автором по материалам[121])

Наименование горно-обогатительного комбината	Товарный концентрат	Товарные окатыши	Аглоруда	ГБЖ
Стойленский горно-обогатительный комбинат	15 069,00	0,00	2 006,00	0,00
Лебединский горно-обогатительный комбинат	10 652,00	5 212,00	0,00	2 670,00
Михайловский горно-обогатительный комбинат	4 724,00	10 943,00	1 131,00	0,00
Комбинат КМАруда	2 227,00	0,00	0,00	0,00

Внешнеторговая деятельность железорудных предприятий, в первую очередь, целесообразно рассмотреть как реализацию иностранным контрагентам переработанной продукции из добытого железорудного сырья: товарные окатыши и ГБЖ.

ОАО «Лебединский горно-обогатительный комбинат» является ведущим по добыче железной руды и производству высококачественного сырья, необходимой для черной металлургии. Предприятие входит в состав компании «Металлоинвест». Сырьевой базой Лебединского ГОКа являются железистые кварциты Лебединского, Южно-Лебединского и Стойло-Лебединского месторождений, расположенных в Белгородской области.

Белгородская область - расположена на юго-западных и южных склонах Среднерусской возвышенности в бассейнах рек Днепра и Дона; входит в состав Центрально-Черноземного экономического района.

Белгородская область - уникальный по своим минеральным ресурсам регион России. Выявлены и в разной степени разведаны крупные месторождения железных руд (в области сосредоточено более 40 процентов разведанных запасов железных руд страны), бокситов, апатитов, минеральных подземных вод (радоновых и лечебно-столовых), многочисленные месторождения строительных материалов (мела, песка, глин и других). Известны проявления золота, графита и редких

металлов, а также имеются геологические предпосылки для выявления платины, алмазов, углеводородного сырья и других полезных ископаемых.

Через Белгородскую область проходят важнейшие железнодорожные и автомобильные магистрали межгосударственного значения, соединяющие Москву с южными районами России, Украиной и Закавказьем. По ним осуществляются как местные, так и международные транспортные перевозки. Эксплуатационная длина железнодорожных путей общего пользования составляет 700 км, протяженность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием - 6,6 тыс. км.

Промышленный комплекс региона включает 2485 крупных и средних предприятий; 8160 малых предприятий.

Конкурентоспособная продукция: железная руда и железорудные концентраты, продукты прямого восстановления железной руды: куски, окатыши и аналогичные формы, прокат черных металлов, цемент, абразивные материалы, стиральные машины, металлорежущие станки и другая продукция.

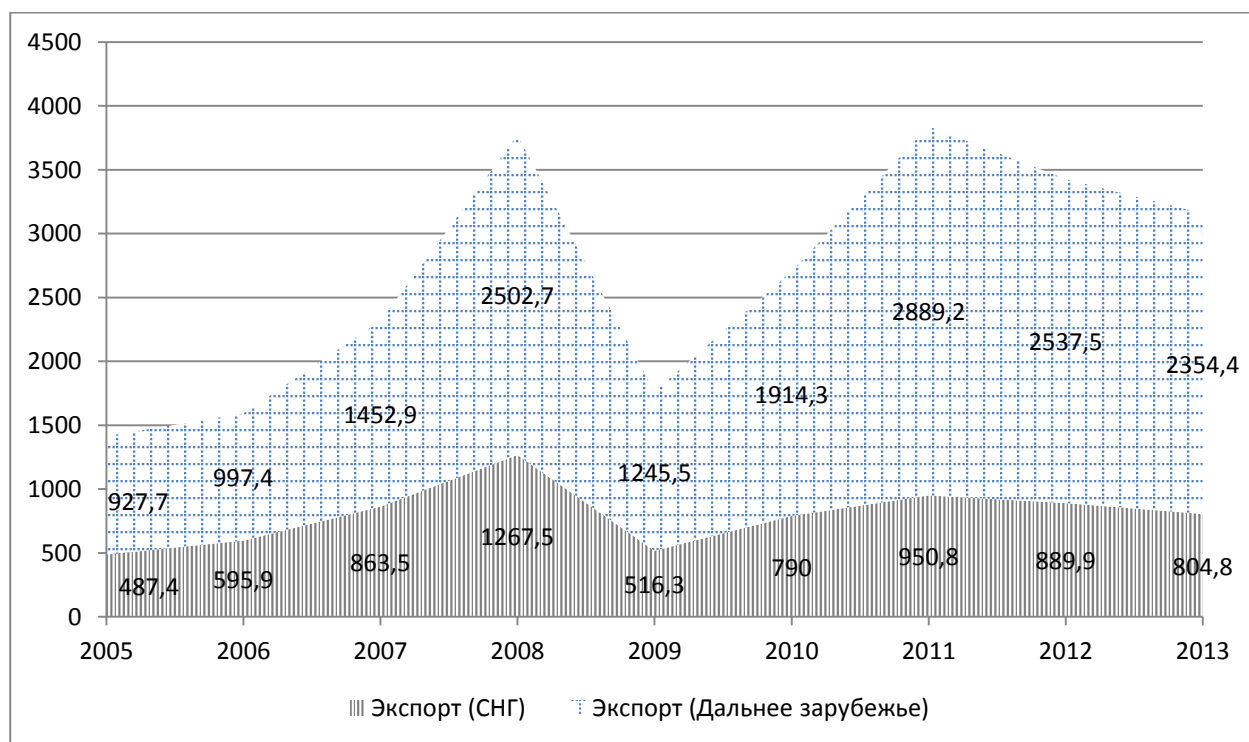


Рисунок 10 - Экспорт Белгородской области в страны СНГ и страны дальнего зарубежья, 2009-2013 гг., млн. долл. США[129]

Крупнейшие иностранные фирмы, инвестирующие в Белгородскую область: фирма «Onken» (Германия) - реализация проекта по производству пищевой

молочной продукции. Концерн «Forbo» - реализация проекта по производству самонивелирующих сухих смесей.

Структура и динамика изменения экспортных связей региона со странами СНГ и странами дальнего зарубежья характеризуется существенным превышением экспорта в страны дальнего зарубежья, относительно стран СНГ. При качественно благоприятной для развития региона структуре ВТД (преобладание товаров с высокой добавленной стоимостью) по данной ситуации можно было бы судить о позитивном состоянии ВТД компаний региона. С другой стороны, как это известно, основу экспорта региона составляют минеральное сырье и металлы различной степени переработки. В свою очередь это не позволяет говорить о высокой конкурентоспособности белгородских промышленных предприятий наукоемких отраслей за рубежом и высокой степени диверсификации экспортной структуры. С другой стороны, оценивая общее состояние экспортно-импортных связей РФ, наличие в структуре регионального экспорта металлов является, скорее, благоприятной оценкой состояния ВТД региона.

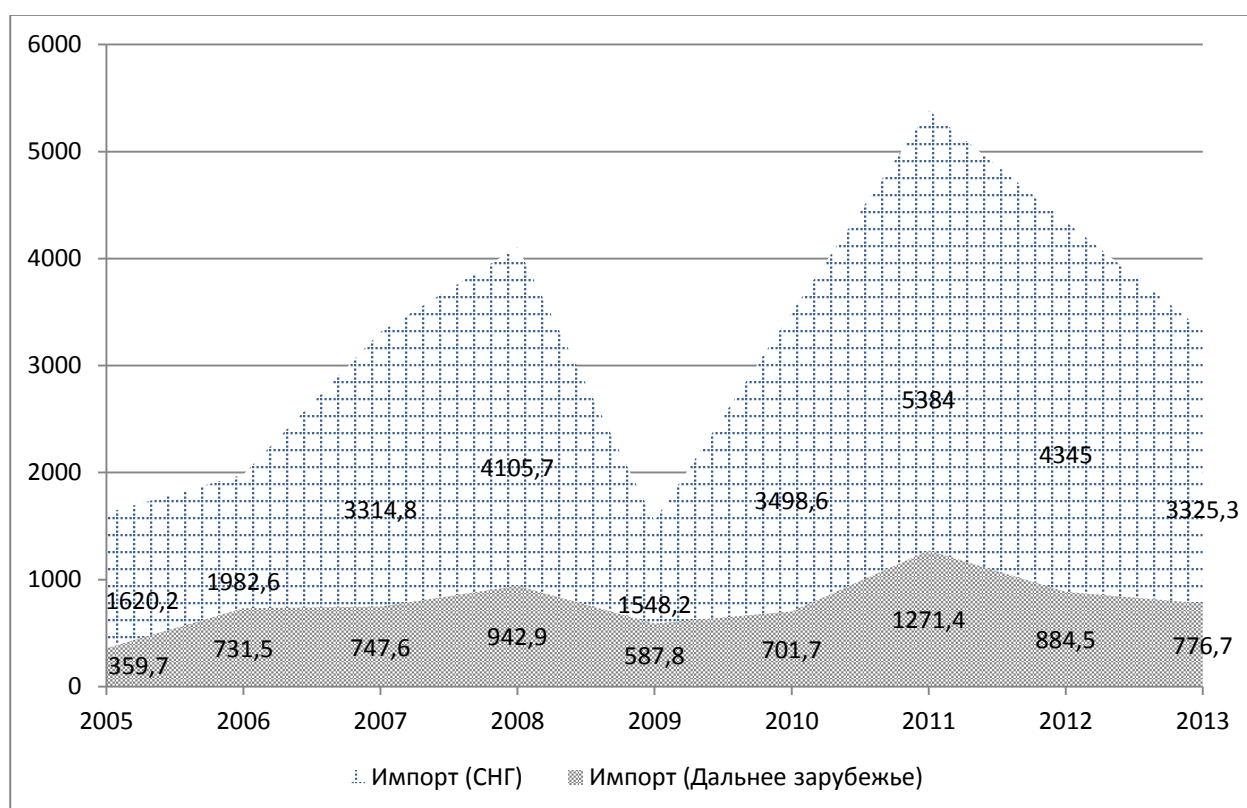


Рисунок 11 - Экспорт Белгородской области в страны СНГ и страны дальнего зарубежья, 2009-2013 гг., млн. долл. США[129]

В структуре импорта Белгородской области преобладает импорт из стран СНГ. В Приложениях 4-9 приведены данные для более развернутой характеристики экспорта / импорта региона в национальном аспекте. Сложившаяся ситуация объясняется указанными в начале раздела особенностями территориальной близости области к границам РФ, близостью Белгородской области к рынку сбыта Украины. Подобная территориальная близость ведет к усилению трансграничной торговли и является закономерной особенностью торговых отношений большинства приграничных регионов (интенсивное развитие торговли с ближайшим зарубежным рынком). Стоит также учитывать и транзитный потенциал Украины в качестве канала поставки в Белгородскую область товаров из стран ЕС.

Если укрупненная структура экспорта / импорта региона не претерпела критических изменений в рассматриваемый период времени, то более глубокая оценка ее позволяет выявить эти изменения, заключающиеся в переориентации импортных связей Белгородской области при относительном постоянстве связей экспортных.

Таблица 15 - География торговли предприятий Белгородской области со странами дальнего зарубежья, крупнейшие 10 стран – экспортеров[129]

	2013			2009		
	Страна - экспортер	Экспорт, млн. долл. США	% от общего объема экспорта	Страна - экспортер	Экспорт, млн. долл. США	% от общего объема экспорта
1	Китай	399,4	16,96%	Германия	142,5	15,36%
2	Турция	397,9	16,90%	Польша	75,5	8,14%
3	Нидерланды	224,9	9,55%	Чехия	51,2	5,52%
4	Египет	185,5	7,88%	Румыния	45,8	4,94%
5	Италия	109,1	4,63%	Италия	45,6	4,92%
6	Германия	92,7	3,94%	Испания	44,4	4,79%
7	Словакия	82,9	3,52%	Индия	40,9	4,41%
8	Франция	80,9	3,44%	Венгрия	36,7	3,96%
9	Польша	80,2	3,41%	Египет	36,6	3,95%
10	Чехия	69,7	2,96%	Китай	35,7	3,85%

Как видно из таблицы 15 за 5 лет, соответствующих периоду анализа данных внешнеторговой статистики Белгородской области, в структуре экспорта по направлению стран дальнего зарубежья произошли кардинальные изменения. Практически диаметрально противоположное изменение ролей произошло в роли в экспортной деятельности позиций КНР и ФРГ. Так, если в 2009 г. на долю КНР приходилось 3,85% всего экспорта предприятий Белгородской области, а на долю ФРГ - 15,36% (что делало ее лидером зарубежной торговли белгородских компаний), то в 2013 г. уже КНР принимает 16,96% экспорта региона, в то время как на долю ФРГ приходится 3,94%. При этом, усиление позиций КНР в направлениях ВТД предприятий Белгородской области наиболее заметно в 2011 г., когда в Китай было продано 24,4% всех экспортных поставок региона (705,8 млн. долл. США). Подобная структурная перестройка экспортной ВТД белгородских предприятий вызвана, во-первых, усилением позиций КНР на мировых рынках, во-вторых, высокой потребностью промышленности КНР в качественных металлах и изделиях из них. Показателен также пример Турции, которая с 15-го места по объему экспорта из Белгородской области в 2009 г., перешла на 2-е место в 2013г., принимая 16,9% экспортных поставок региона.

Внешнеторговые связи Белгородской области со странами дальнего зарубежья достаточно диверсифицированы, хотя их структура за период анализа претерпела существенные изменения.

В структуре импортных поставок единственным существенным изменением можно полагать падение поставок из Бразилии (24,74% импорта в Белгородскую область в 2009 г., и 2,85% в 2013 г.), усиление позиций Германии, Нидерландов, КНР, Австрии. Во многом подобные структурные изменения связаны с курсом правительства области на модернизацию производственной базы и исторически сформированной высокой конкурентоспособностью металлообрабатывающего оборудования из ЕС на российском рынке.

Немаловажное значение для аргументации пересмотра сложившейся модели внешнеторгового сотрудничества Белгородской области имеет национальная структура внешнеторговых связей области. В частности, речь идёт о исторически сложившихся прочных связях Белгородской области с партнерами из Украины. В

Приложении приведены данные, касающиеся объемов экспорта / импорта предприятий и потребителей Белгородской области со странами СНГ.

За ряд лет, предшествующих моменту подготовки исследования ориентированность предприятий и потребителей Белгородской области на сотрудничество с Украинским рынком лишь возросло. По состоянию на 2013 г., 98,94% импорта и 86,73% экспорта Белгородской области в страны СНГ приходилось на украинский рынок.

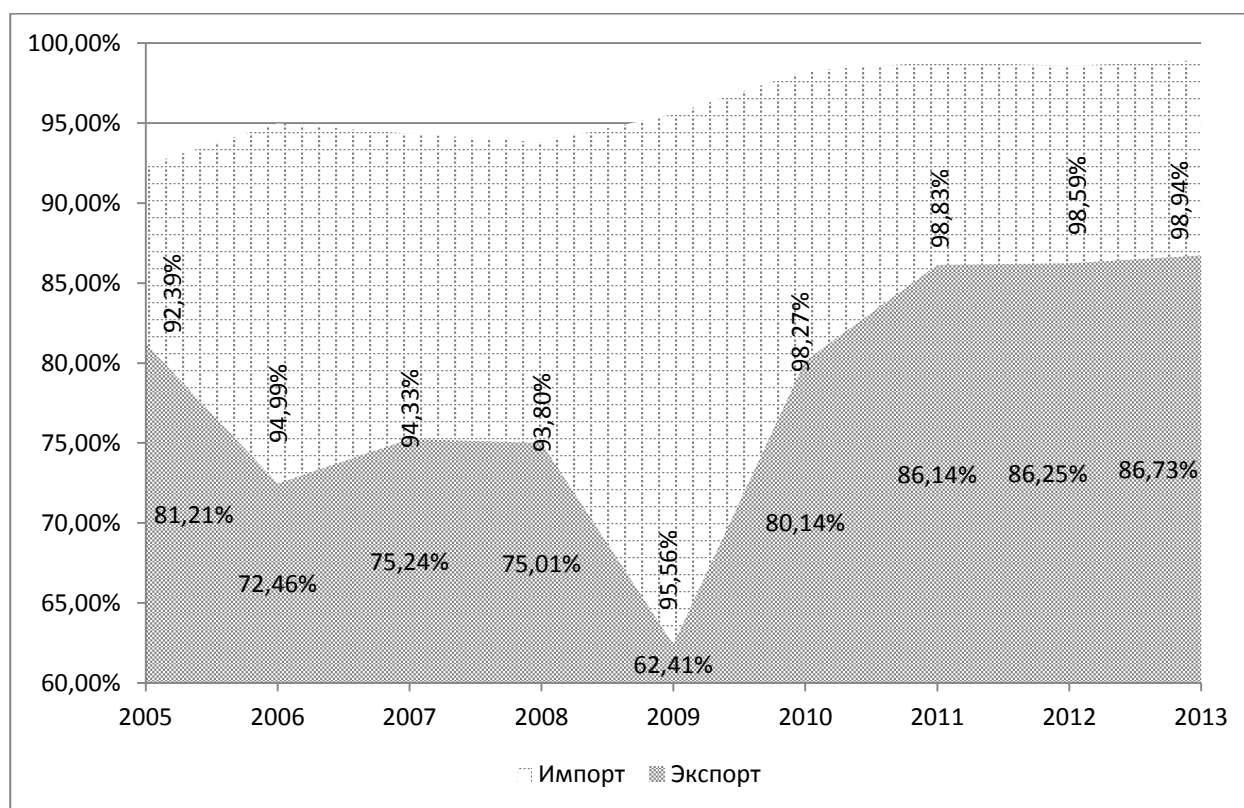


Рисунок 12 - Вклад Украины в экспорт и импорт Белгородской области в страны СНГ, 2009-2013 гг., % от общего объема экспорта и импорта в указанные страны[129]

Подобная территориальная концентрация ВТД компаний региона, безусловно, является результатом территориальной близости рынков Белгородской области и Украины, отражает наличие прочных деловых связей между белгородскими и украинскими компаниями. В то же время, эта же структурная системная связь формирует и крайне высокие риски для белгородских предприятий. Ухудшение внешнеполитической обстановки между РФ и Украиной в 2014-м г. закономерно отразилась на состоянии внешнеторгового оборота предприятий Белгородской области со странами СНГ.

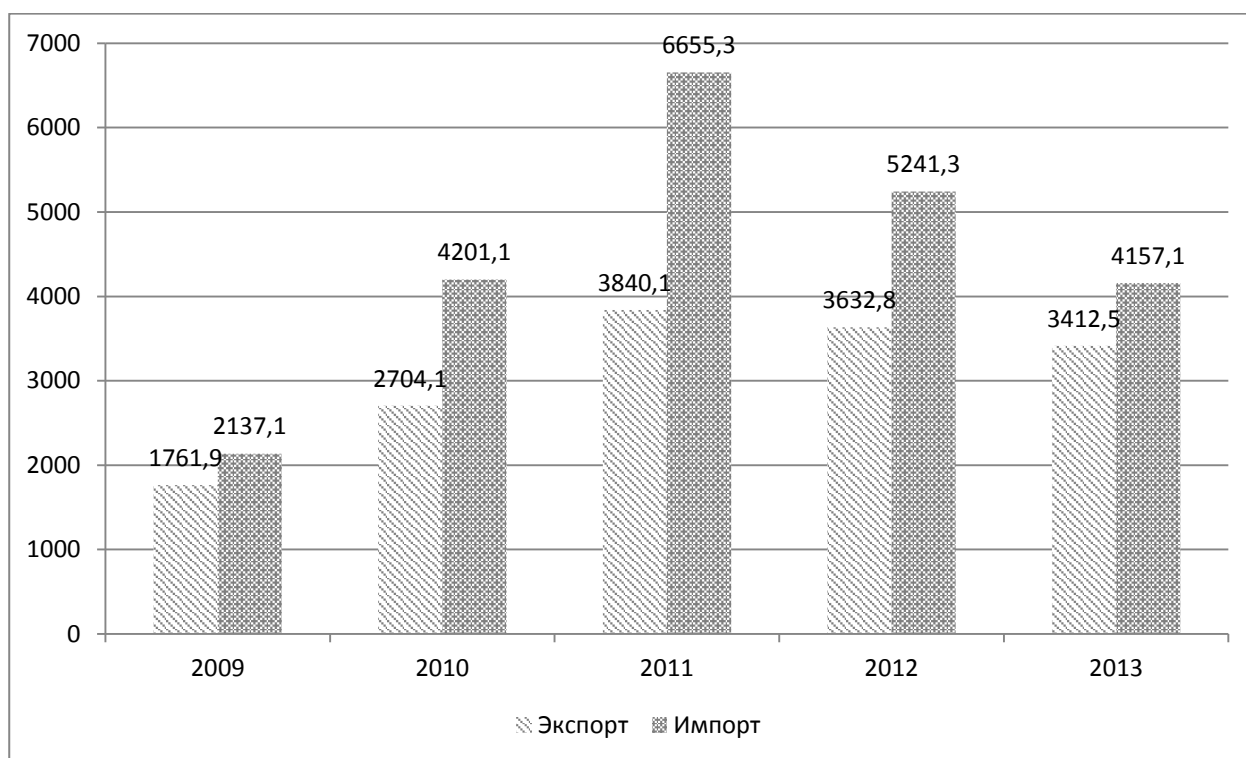


Рисунок 13 - Динамика экспорта/импорта Белгородской области, 2009-2013 гг., млн. долл. США[129]

Тенденция к росту экспорта при положительной его структуре, безусловно, положительно характеризует участие региона в международном разделении труда, конкурентоспособность производимых товаров, а также свидетельствует о благоприятном воздействии ВТД на экономику региона. И экспорт, и импорт Белгородской области характеризуются безусловным сокращением темпов прироста за рассматриваемый период.

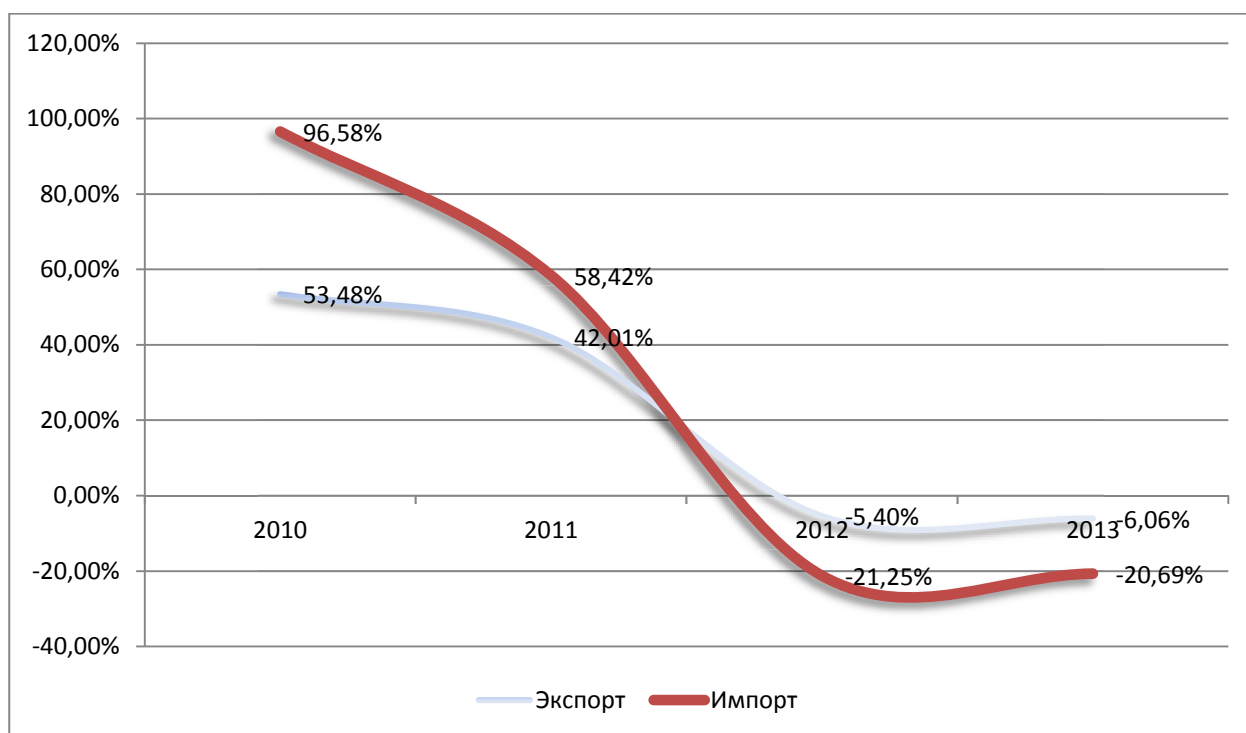


Рисунок 14 - Темпы прироста экспорта/импорта Белгородской области, 2010-2013 гг., % к уровню предыдущего года[129]

Подобное сокращение экспорта/импорта вызвано, во многом, негативным воздействием на рынок двух факторов. Во-первых, восстановительная фаза кризиса 2008-2009 гг., стимулировала роста спроса на всех рынках и сформировала условия для высоких темпов роста ВТД в 2010-2011 гг. Следовательно, высокие темпы роста ВТД предприятий области в 2010-2011 гг., отражают скорее восстановление докризисных связей, нежели свидетельствуют о набирающем темпы качественном повышении внешнеторговой деятельности предприятий области. Во-вторых, в 2012 г. формируется ситуация стагнации на большинстве рынков - партнеров компаний области, что определяет принятие темпами прироста экспорт и импорт отрицательных значений.

К приведенным выше факторам можно добавить третий, влияние которого будет определять перспективное состояние внешнеторговых связей предприятий Белгородской области - существенный рост политических рисков в деятельности экономических субъектов. Можно предположить, что влияние данного фактора негативно отразится как на экспорте, так и на импорте компаний области.

Товарная структура экспорта Белгородской области достаточно концентрирована, и имеет явно обозначенную тенденцию к усилению концентрации на доминирующих в экспорте товарных группах: на 2 группы товаров приходится 86,51% всего экспорта в 2009 г., в 2013 г. - 89,01% (товарные позиции ТНВЭД ТС: 2601, 7203). Данная концентрация дополняет географическую концентрацию ВТД предприятий Белгородской области (Украина) и формирует совокупность факторов, указывающих на в высшей степени ограниченные возможности торгового маневра компаний региона, вкупе с высокой подверженностью политическим и внешнеэкономическим рискам.

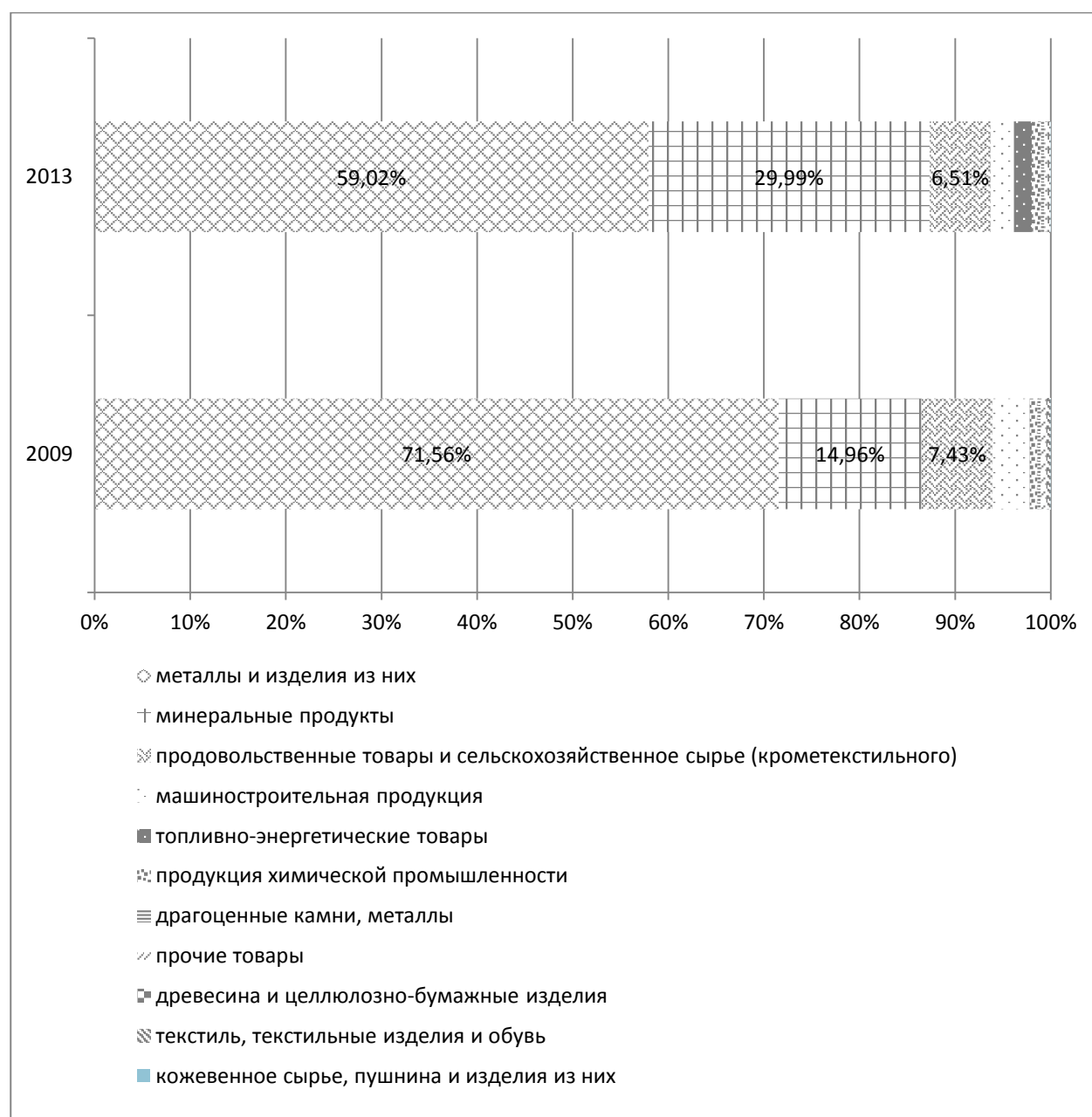


Рисунок 15 - Товарная структура экспорта Белгородской области, 2009 г., 2013 г., % от общего объема экспортируемых товаров[129]

Негативное изменение фиксируется и в товарной структуре импорта. В 2009-2013 гг. наблюдается усиление позиций машиностроительной продукции (с 35,51% в 2009 г. до 41,13% в 2013 г.), металлов и изделий из них, при сокращении доли продовольственных товаров (с 22,47% в 2009 г. до 14,77% в 2013 г.).

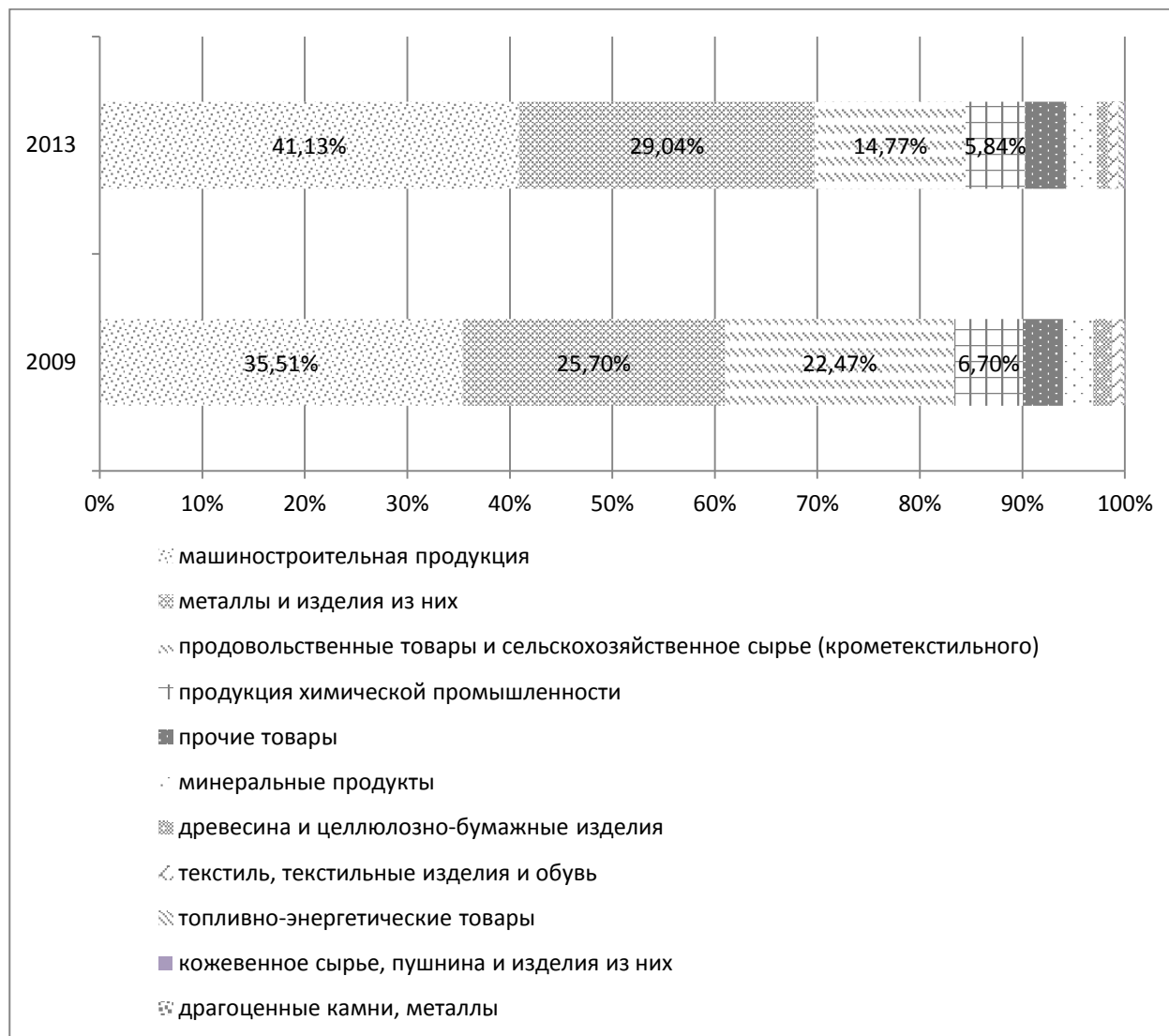


Рисунок 16 - Товарная структура импорта Белгородской области, 2009 г., 2013 г., % от общего объема импортируемых товаров[129]

В качестве обобщающих показателей развития ВТД предприятий Белгородской области проанализируем состояние и динамику изменения сальдо торгового баланса, его структуру, коэффициента покрытия импорта экспортом, прочих показателей.

Сальдо торгового баланса Белгородской области отрицательно на протяжении всего периода анализа, имеет тенденцию к дальнейшему изменению в

отрицательную сторону. Расценивать однозначно данную ситуацию негативно не вполне корректно.

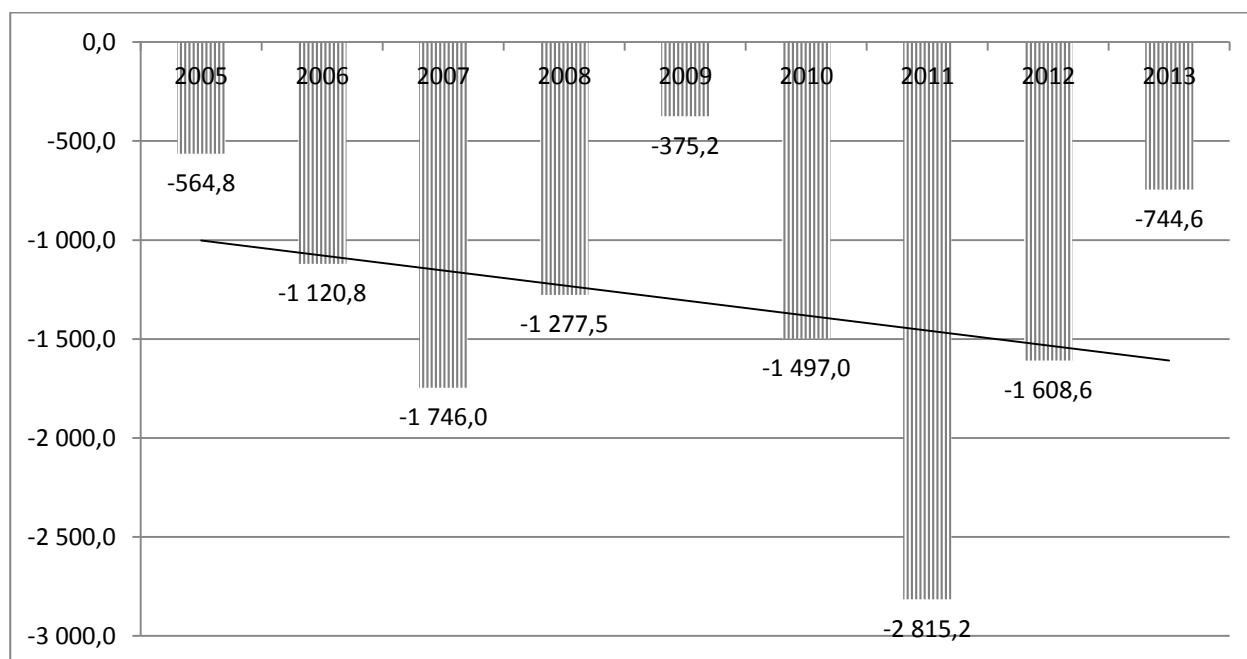


Рисунок 17 - Сальдо торгового баланса Белгородской области, 2005-2013 гг., млн. долл. США[129]

Ведущие международные организации указывают на важность обладания страной позитивным внешнеторговым балансом. В качестве аргументации данной точки зрения приводится негативное воздействие чрезмерного импорта на интересы локальных производителей, через них - на собираемость налогов с бизнеса, формирование бюджета и т.п. Существуют примеры того, как страны с отрицательным торговым балансом удерживают ведущее положение на мировых рынках (к примеру, США). В то же время, стоит признать, что отраслевая и товарные структуры экспорта/импорта Белгородской области не позволяют рассматривать ее как активного участника мирового рынка. С учетом данного уточнения, можно декларировать преимущественно негативную характеристику участия предприятий Белгородской области в ВТД, оцененную по отрицательному сальдо торгового баланса.

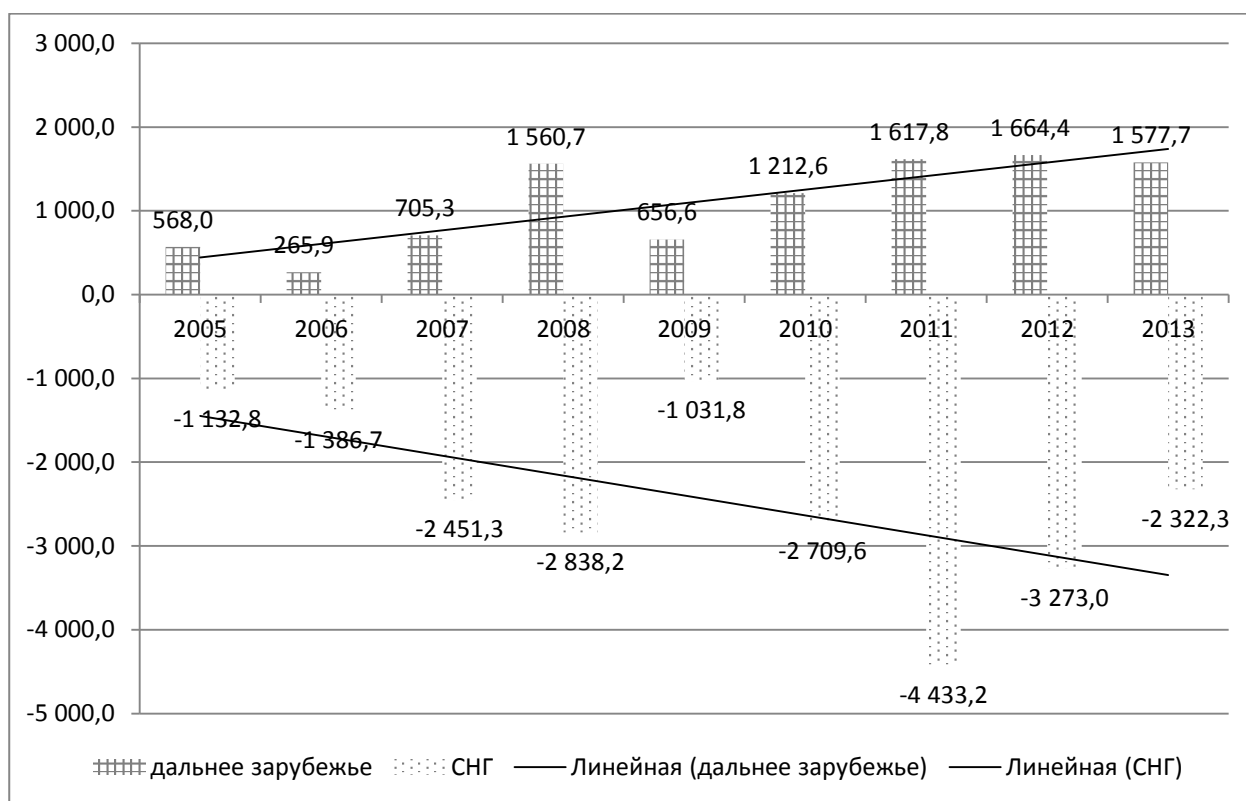


Рисунок 18 - Сальдо торгового баланса Белгородской области по направлениям торговли, 2005-2013 гг., млн. долл. США[129]

Как видим, долгосрочный тренд изменения сальдо торгового баланса сформирован в результате параллельного и разнонаправленного воздействия на него двух тенденций:

- позитивная тенденция изменения внешней торговли со странами дальнего зарубежья, активно реагирующая на мировую экономическую конъюнктуру. Тенденция изменения торговли Белгородской области со странами дальнего зарубежья характеризуется закономерными падениями и взлетами в период активной фазы мирового экономического кризиса 2008-2009 г., торможением роста в 2011-2013 гг.;
- негативная тенденция изменения существенно большей по объему внешней торговли со странами СНГ. В направлении торговли со странами СНГ ВТД предприятий Белгородской области также реагирует на колебания мировой конъюнктуры. Однако по своему объему торговля со странами СНГ существенно превышает торговлю со странами

дальнего зарубежья и потому, фактически, является определяющим состоянием внешнеторговых связей областных предприятий.

В средне- и долгосрочной перспективе можно ожидать сокращения объемов внешней торговли предприятий Белгородской области со странами СНГ, что может сблизить по своему масштабу торговлю со странами СНГ и дальним зарубежьем.

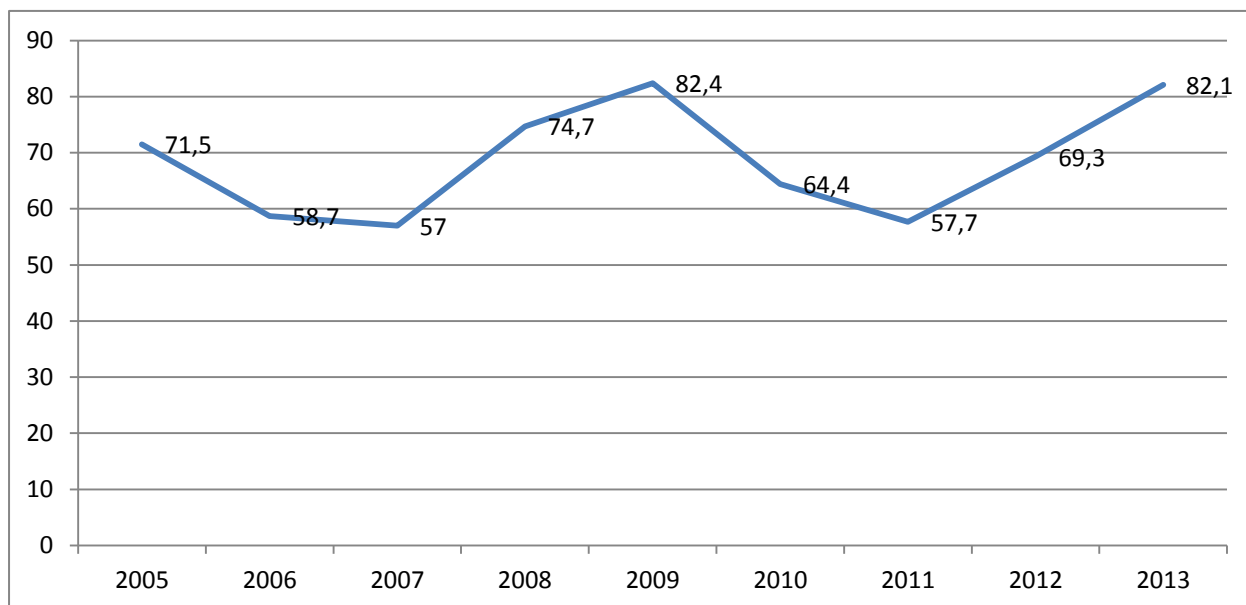


Рисунок 19 - Коэффициент покрытия импорта экспортом Белгородской области по направлениям торговли, 2005-2013 гг., % [129]

Доходы от импорта Белгородской области не покрываются доходами от экспорта, причем тенденция изменения данного показателя позитивна. Сама по себе позитивность данного состояния ВТД области нивелируется структурным несоответствием рассмотренным нами выше. В то время, как в 2013 г. в импорте Белгородской области сильна позиция машиностроительной продукции (на нее приходится 1 709,7 млн. долл. США внешнеторгового оборота), в экспорте преобладают минеральные продукты (1 023,3 млн. долл. США) и продукция металлургии (2 014,1 млн. долл. США).

Подводя итоги анализу ВТД предприятий Белгородской области, можно сформулировать следующие выводы:

- современное состояние внешнеторговых связей области характеризуется высокой импортозависимостью;

- основным вектором внешнеторгового сотрудничества предприятий Белгородской области является торговля со странами СНГ, а именно - с Украиной, причиной чего является географическое положение региона;
- отраслевая структура экспортных связей предприятий области определена структурой экономики региона, в которой важное место занимают металлообрабатывающие и ресурсодобывающие предприятия;
- в отраслевом и региональном аспектах внешнеторговых связей Белгородской области отмечается наличие ряда негативных тенденций.

В целом, проведенный анализ позволяет сформулировать осознанную и актуальную необходимость пересмотра модели развития ВТД предприятий. Во-первых, речь идёт о том, что драйвером любого изменения (позитивного и негативного) внешнеторговых связей является сотрудничество с предприятиями Украины. Существенное усиление внешнеполитических рисков с высокой степенью вероятности приводит к падению объемов ВТД с данной страной и нанесет существенный урон всей системе ВТД Белгородской области. Диверсификация торговли со странами дальнего зарубежья в направлении усиления роли азиатских и восточных стран, не позволяет на данный момент говорить о замещении украинского экспорта и импорта перспективными поставками из КНР[43], Турции. Во-вторых, отраслевая структура ВТД региона демонстрирует сокращение объемов экспорта товаров с более высокой добавленной стоимостью. В дополнении к этому, в структуре экспорта растет доля минерального сырья, что позволяет косвенно утверждать о снижении конкурентоспособности продукции белгородских машиностроительных предприятий за рубежом. Сокращение в структуре экспорта металлов и изделий из них вызвано также системным для РФ кризисом в отрасли металлообрабатывающего оборудования. Структура импорта в Белгородскую область отражает сложившуюся практику инвестирования в обновление основных фондов, что выражается в поставках на металлообрабатывающие предприятия области станков и комплектующих из ФРГ и других европейских стран. Усиление политической напряженности РФ-ЕС в перспективе может привести к сокращению возможности использования данного канала модернизации производственных мощностей компаний региона. Это, в свою очередь, может снизить их

конкурентоспособность не только на внешних рынках (где она и без того достаточно низка), но и на внутреннем рынке РФ, что нанесет прямой и явный ущерб не только ВТД компаний региона, но и его способности формировать расходную и доходную части регионального бюджета. В целом, сложившаяся структура ВТД компаний региона характерна для участия во внешнеэкономической деятельности компаний РФ, а корректирующими факторами является близость региона к Украине и наличие на территории области определенного промышленного потенциала в отрасли металлообработки.

2.3. Оценка эффективности развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

ОАО «Лебединский горно-обогатительный комбинат» (далее ОАО «ЛГОК») ведет свою деятельность с 11 августа 1967 года, когда Советом министров СССР было принято Постановление о строительстве первой очереди, которая была введена в эксплуатацию поэтапно с 1972 по 1976 годы.

Таблица 16 - Показатели развития производства ОАО «Лебединского ГОКа»[69]

Показатель	Годы												
	1975	1980	1985	1990	1994	1995	1999	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Добыча сырой руды, млн.т	14,7	33,12	36,43	43,65	35,65	42,67	41,76	45	48,9	47,4	51,6	51,24	49,46
В том числе: аглоруды; бедной руды.	0,7	7,55	1,17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	14	25,57	35,26	43,65	35,65	42,67	41,76	45	48,9	47,4	51,6	51,24	49,46
Производство товарной руды, млн.т	5,7	17,32	15,62	17,88	14,1	16,93	16,96	18,2	20,58	19,8	21,8	21,2	20,26
В том числе: аглоруды	0,7	7,55	1,17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
концентрата	5	9,77	14,45	17,88	14,1	16,93	16,96	18,2	20,56	19,8	21,8	21,2	20,26
окатышей	0,5	8,61	8,93	9,12	6,68	7,82	7,84	8,52	10	8,78	8,89	8,79	8,9
ГБЖ, тыс.т	-	-	-	-	-	-	37,5	90,5	965,6	2360	2510	2508	2686

Из приведённых данных в таблице 15 мы можем видеть, что, начиная с 1999 года потребителям представлена новая продукция – горячебрикетированное железо (ГБЖ). По своему составу ГБЖ сходно с чугуном и используются во многих сталеплавильных комбинатах мира.

Для оценки макроэкономических факторов развития внешнеторговой деятельности ОАО «ЛГОК» используется PEST-анализ факторов внешней среды, которые, так или иначе, будут влиять на экспорт железорудных товаров.

Поставленная в исследовании цель реализуется путем оценки влияния экономических, политических, социальных и иных факторов на экспорт руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ ОАО «ЛГОК» и выявить положительно и отрицательно влияющие стороны.

В ходе исследования были применены следующие данные: информационная система экспортных поставок (данные с сайта Федеральной Таможенной Службы РФ), ранее проведенные исследования в области изучаемого вопроса, отчеты органов статистики и других государственных учреждений, отчеты маркетинговых агентств, электронные базы данных, средства массовой информации.

В ходе проведения PEST-анализа оцениваем факторы влияния на экспорт ОАО «ЛГОК» по качественной шкале - высокая, средняя, низкая вероятность наступления того или иного события. Для этого в таблице 16 представим по отдельности группы факторов в следующем порядке: экономические, политические, социальные и технологические которые, вероятнее всего, имеют наиболее существенное значение. В этой таблице раскрываем также их проявление и обозначаем возможные ответные меры служб России и заводов-изготовителей экспортируемых товаров на появление таких возможностей и проявление внешних угроз макросреды.

Таблица 17 - Вероятность наступления отдельных факторов выделенных групп PEST-анализа и возможные ответные меры на их проявления (составлено автором)

Факторы влияния	Реакция отрасли	Балл	Вероятность	Результат	Итог
1	2	3	4	5	6
<u>Экономические</u>					-9,5
Уменьшение платежеспособного спроса	Возможное снижение цен на товары и услуги	-10	95%	-9,5	
<u>Политические</u>					1,5
Изменение законодательства в РФ	Снижение налоговой нагрузки будет способствовать улучшению инвестиционного климата в стране	5	30%	1,5	
<u>Социальные</u>					6,3
Изменение модели поведения клиентов	Предоставление качественных товаров и повышение уровня сервиса	6	50%	3,5	
Изменение потребительских предпочтений	Изменение структуры ассортимента	7	40%	2,8	
<u>Технологические</u>					6,3
Развитие технологий	Активизация технологий в торговле	9	70%	6,3	

Диаграмма PEST-анализа по значимым факторам представлена на рисунке 20.

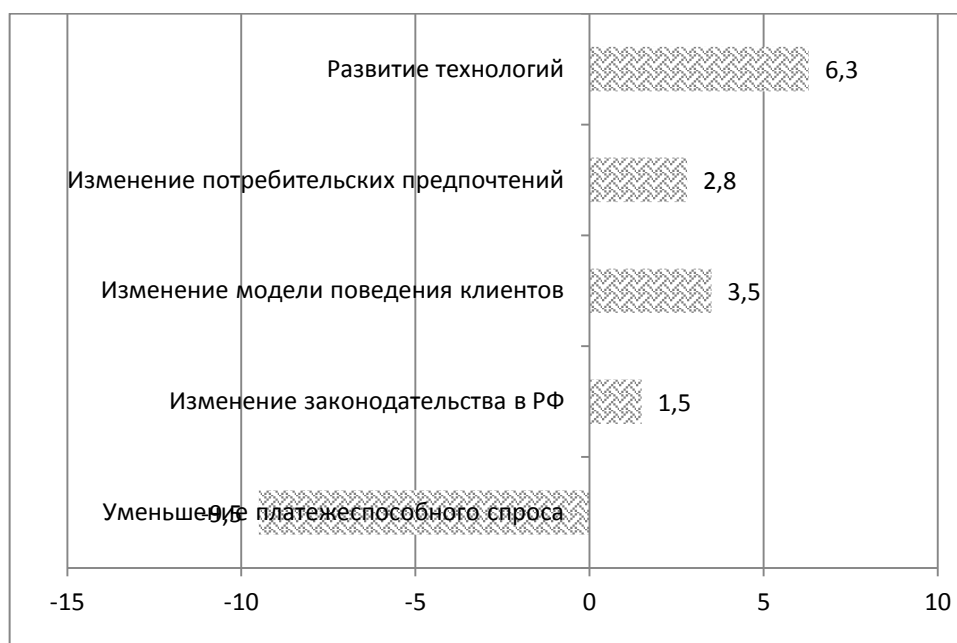


Рисунок 20 - Диаграмма PEST-анализа по значимым факторам
(составлено автором)

На основании проведенного PEST-анализа формируем список возможностей и угроз, которые войдут в SWOT-анализ.

Возможности:

- 1) изменение законодательства в РФ;
- 2) изменение модели поведения клиентов;
- 3) изменение потребительских предпочтений;
- 4) развитие технологий.

Угрозы:

- 1) уменьшение платежеспособного спроса.

Поскольку конкурентная среда формируется не только под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов, для анализа конкуренции на рынке учитываются факторы ближнего окружения в соответствии с разработанной Майклом Портером моделью «5 сил конкуренции».

Оценим влияние конкуренции на рынке руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ.

Угроза со стороны новых конкурентов в отрасли.

Многие отрасли и рынки являются сегодня очень привлекательными для бизнеса, в связи с этим, в процессе их развития регулярно отмечаются акции

вторжения предприятий и нарушение сложившегося баланса сил. Практика показывает, что вероятность вторжения выше, когда спрос на товары или услуги растет, прибыли достаточно высоки, а барьеры, связанные с эффектом масштаба и дифференциацией продукции, - низкие. Чем больший размер капиталовложений требуется для успешного обоснования на обусловленном рынке, тем уже круг фирм, желающих и имеющих возможность попробовать свои силы в новом деле.

В настоящее время мировая торговля руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды развивается, что обусловлено достаточно высокими потребностями внешних клиентов. Доля каждого предприятия в рассматриваемом сегменте низкая.

Вывод: высокая выраженность влияния данной силы.

Конкурентное давление поставщиков, вызванное необходимостью взаимодействия с ними.

Поставщики стремятся получить за свой товар наивысшие цены. Власть поставщиков зависит от характера рынка сырья, товара, комплектующих, от возможностей выбора и величины издержек в момент разрыва отношений между сторонами.

Если на рынке поставщиков доминируют несколько компаний, продукция их уникальна, а переключение на другого поставщика сложно, или дорого, то поставщики имеют реальную рыночную власть. В этом случае диктуют цены они.

Если рынок поставщиков открытый и большой, то поставщики не имеют большой рыночной власти. В этом случае для создания здоровой конкуренции полезно разделить поставки между различными поставщиками.

В нашем случае, речь идет не сколько о поставщиках в привычном смысле слова, а, скорее - о природном потенциале добычи железосодержащих руд. В России в целом данные природные запасы достаточно высоки.

Вывод: невысокая выраженность влияния данной силы.

Конкуренция со стороны производителей товаров-заменителей.

Научно-технический прогресс предопределяет появление товаров-заменителей - новых товаров и услуг, способных успешно выполнять функции традиционных товаров. Давление предприятий, производящих товары-заменители, проявляется в

том, что цены и доступность заменителей создают потолок цен для основных товаров в тех случаях, когда цены основных товаров выше этого потолка.

Конкуренция со стороны заменителей зависит от того, легко или трудно потребителям переориентироваться на него, какова стоимость переориентации. Чем ниже цена заменителя, меньше стоимость переориентации на заменитель и выше качество товара, тем сильнее давление конкурентных сил со стороны заменителей. При этом производители брендованной продукции вынуждены активно рекламировать потребительские свойства и качество своего товара, дабы постараться снизить это конкурентное давление.

Вывод: данная сила реализуется через развитие технологического прогресса, в частности, поиск аналогов продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ. Они хоть и развиваются, но пока находятся на стадии роста. Можно отметить среднюю выраженность влияния данной силы.

Конкурентное давление потребителей.

Численность компаний-импортеров, в которые ОАО «ЛГОК» планирует поставлять рассматриваемые товарные группы, составляет ориентировочно до 100 предприятий. Для оценки влияния силы давления потребителей необходимо построить карту рыночной власти покупателей. Построим карту рыночной власти покупателя на рисунке 21.

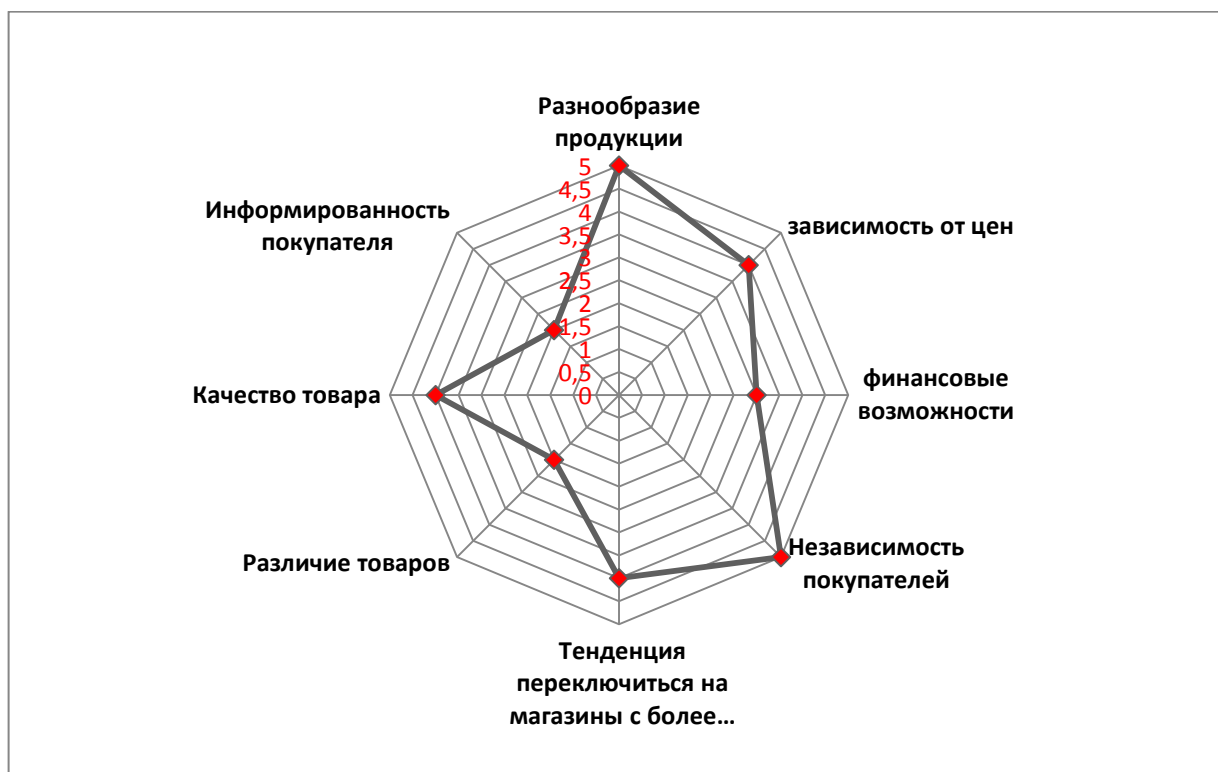


Рисунок 21 - Карта рыночной власти потребителей по экспорту ОАО «ЛГОК»
(составлено автором)

Вывод: высокая выраженность влияния данной силы.

Конкуренция между участниками отрасли

Конкуренция между компаниями на рынке в отрасли является основной конкурентной силой с модели Портера. К факторам, влияющим на интенсивность конкуренции между компаниями можно отнести следующие:

- Конкуренция увеличивается с ростом числа конкурентов.
- Конкуренция становится жестче и сильнее, если падает спрос на продукцию, низки затраты потребителя на переключение с продукции одного производителя на другого.
- Конкуренция возрастает в случае, когда крупные компании из других отраслей приобретают слабые фирмы этой отрасли и предпринимают агрессивные и щедро финансируемые действия по преобразованию этих фирм.

Основными конкурентами являются страны, имеющие природные ресурсы – залежи черных металлов. Среди них можно выделить КНР, Бразилию, Австралию, Украину, Индию, США, Канаду, страны Северной Африки. Из данного списка можно отбросить при рассмотрении сильно территориально удаленные страны,

которые занимают другие рынки, нежели Россия. Таким образом, ключевыми конкурентами в области экспорта черных металлов выделим:

- Украину;
- Страны Западной Европы (Германия) – продажа готовой продукции и обработка руды

В таблице 18 проведем описание конкурентов, между которыми целевой потребитель может совершить выбор для решения своих проблем.

Таблица 18 - Описание конкурентов ОАО «ЛГОК» по части экспорта руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды (составлено автором)

№	Название	Краткое описание
1	Украина	Страна достаточно богата месторождениями руды. Также, учитывая кризисное состояние экономики, готова приглашать иностранных партнеров (США и Западная Европа) для разработки месторождений и, потенциально, готова демпинговать рынок по ценовой политике.
2	Страны Западной Европы	Ряд стран имеет несколько заводов по обработке руды, производству заготовок. Отличительная черта – высокие цены и высокое качество получаемых товаров.

Таким образом, можно сказать, что достаточно мощные конкуренты, такие как Индия, КНР, Бразилия, США, Канада и Австралия, блокируют выходы на принципиально новые рынки (Азия, Северная и Южная Америка, Африка). Реальные конкуренты на текущем рынке сбыта (Украина и Страны Западной Европы) каждый в своей сфере оказывает достаточно мощное влияние. Так, добываемая на Украине руда, может потенциально продаваться по демпинговым ценам ближайшие несколько лет из-за текущего кризисного положения экономики

страны. А производимые в Западной Европе продукты прямого восстановления железной руды намного выше по техническим параметрам, чем в России.

Вывод: высокая выраженность влияния данной силы.

Подводя итог, систематизируем степень влияния различных факторов на рисунке 22.

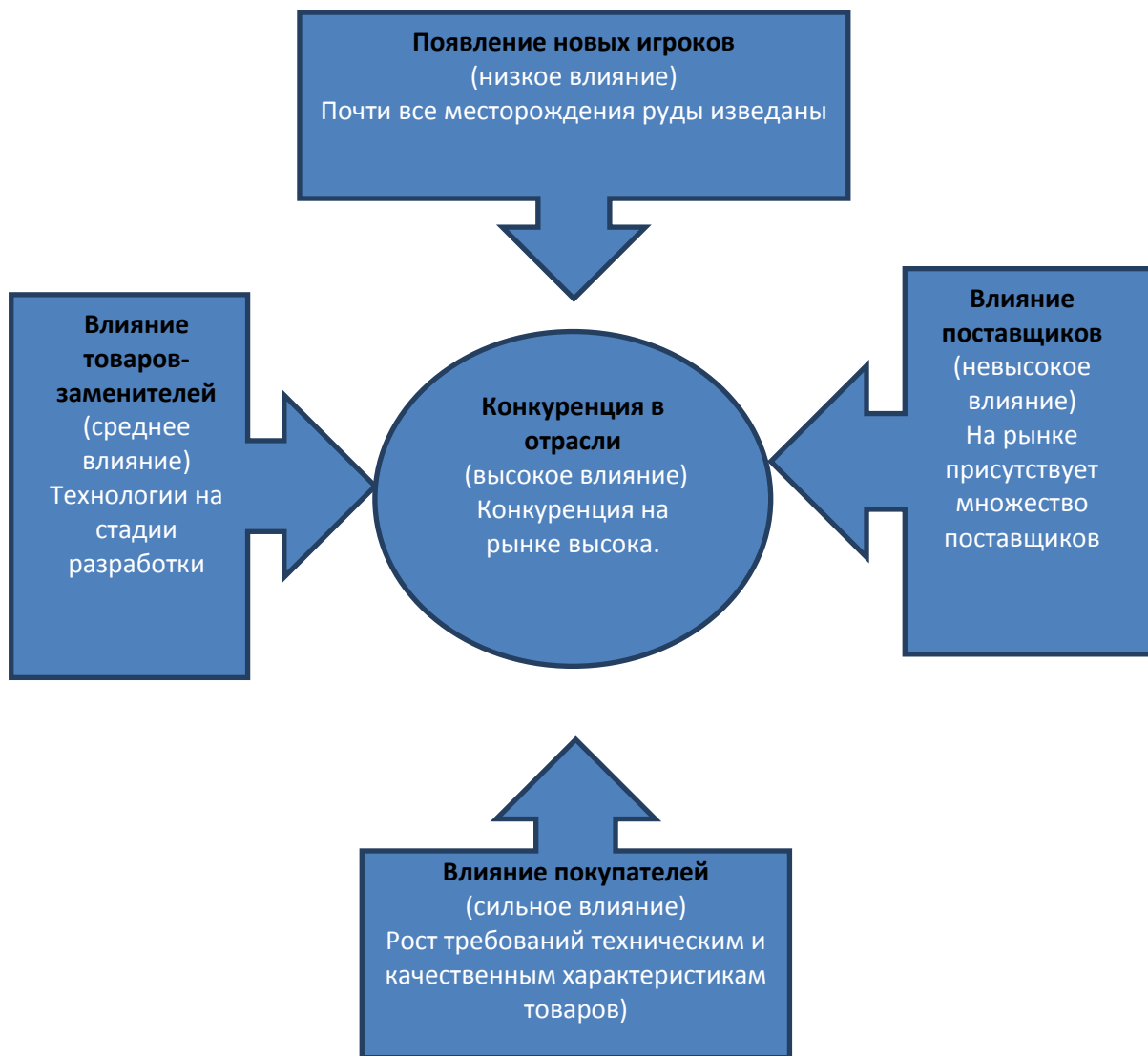


Рисунок 22 - Анализ факторов ближнего окружения (составлено автором)

Произведем расчет силы влияния 5 сил М. Портера и представим в таблице 19.

Таблица 19 - Расчет силы влияния 5 сил М. Портера (составлено автором)

Факторы влияния	Балл	Вероятность	Результат
1	2	3	4
Колебания курсов валют	3	0,1	0,3
Конкуренты	5	0,1	0,5
Доступ к каналам сбыта	7	0,1	0,7
Степень информированности	4	0,2	0,8
Уровень покупательского спроса	5	0,2	1,0
Скорость роста рынка	5	0,3	1,5
Технологические характеристики товаров	-4,2	0,4	-1,7
Степень насыщенности рынка	-10,0	0,1	-1,0
Узкая специализация	-5	0,1	-0,5
Издержки от смены рудников	-1	0,3	-0,3
Сила сопротивления работающих на рынке	-1	0,1	-0,1

Изучение 5 сил М. Портера позволяет выявить положительные и отрицательные факторы, которые затем будут положены в основу SWOT-анализа. На рисунке 23 показаны положительные факторы влияния модели 5 сил М.Портера.

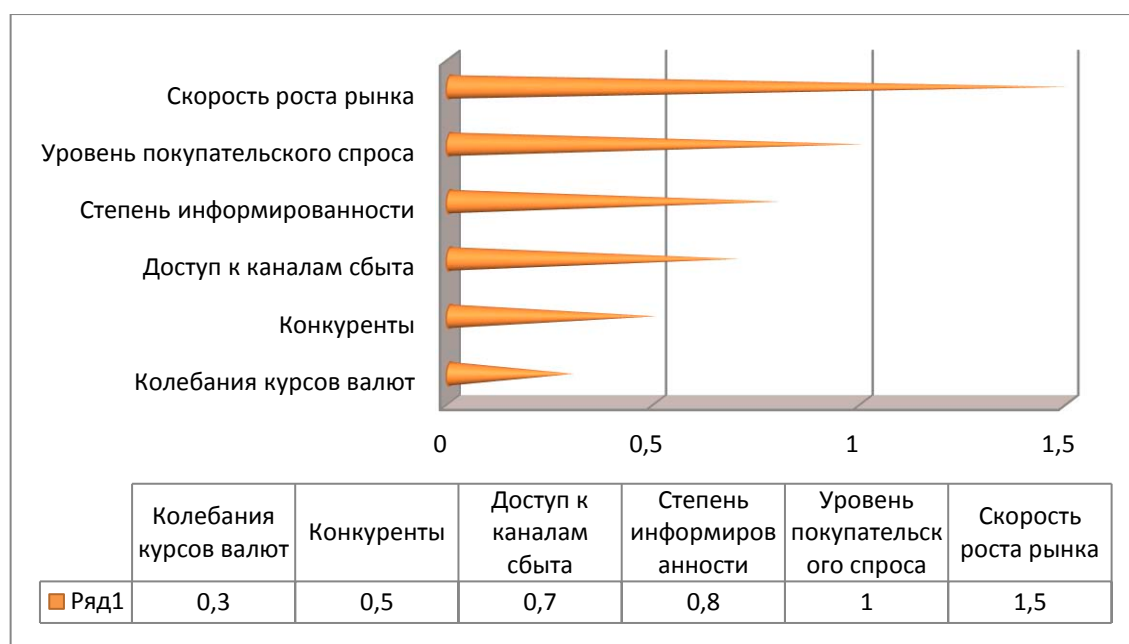


Рисунок 23 - Положительные факторы влияния модели 5 сил М. Портера (составлено автором)

Таким образом, в качестве возможностей экспорта руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ ОАО «ЛГОК», выступают следующие:

- 1) колебания курсов валют;
- 2) доступ к каналам сбыта;
- 3) степень информированности;
- 4) конкуренты;
- 5) уровень покупательского спроса;
- 6) скорость рынка.

На рисунке 24 указаны отрицательные факторы влияния модели 5 сил М.Портера.

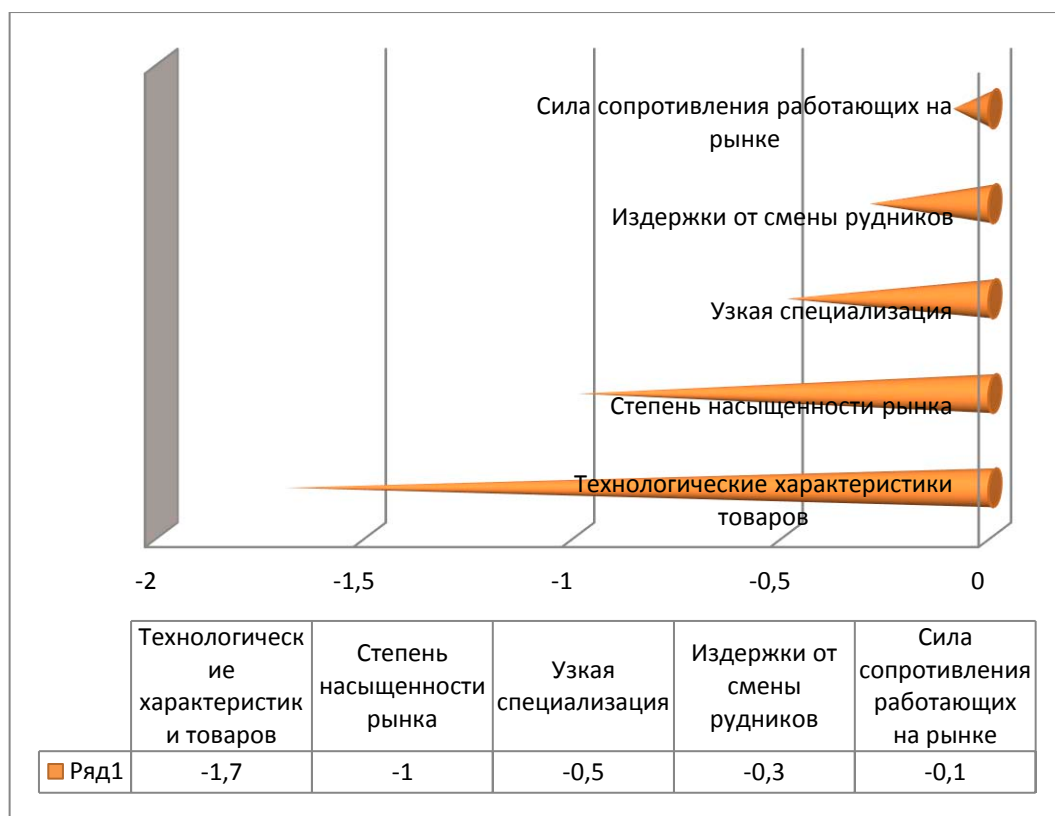


Рисунок 24 - Отрицательные факторы влияния модели 5 сил М. Портера (составлено автором)

Угрозами выступают:

- 1) технологические характеристики товаров;
- 2) степень насыщенности рынка;
- 3) узкая специализация;

4) издержки от смены / истощения месторождений;

5) сила сопротивления работающих на рынке.

Для выявления сильных и слабых сторон также используем SNW-анализ. В качестве элементов внутренней среды для SNW-анализа выступила цепочка создания ценности по Портеру, представленная в таблице 20.

Таблица 20 - SNW-анализ (составлено автором)

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиции		
	Сильная (S)	Нейтральная (N)	Слабая (W)
Уровень квалификации администрации			+
Финансы	+		
Наличие сырья	+		
Договоренность с логистическими компаниями	+		
Конкурентность товара			+
Методики продажи каждого экспортера	+		
Имидж страны			+
Организационная структура		+	

На основании изучения элементов внутренней среды необходимо сформулировать сильные и слабые стороны предприятия.

Сильные стороны:

- 1) наличие собственных финансовых ресурсов;
- 2) эффективные методики продаж в компаниях-экспортерах;
- 3) наличие достаточного количества сырья;
- 4) наличие договоренности с логистическими компаниями.

Слабые стороны:

- 1) слабая конкурентность товара;
- 2) низкий уровень квалификации администрации региона;
- 3) низкий имидж страны.

Для разработки плана мероприятий по оптимизации экспорта руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ ОАО «ЛГМК» необходимо провести SWOT-анализ.

1 шаг – вносим всю полученную информацию в одну таблицу 21.

Таблица 21 - Исходная информация для SWOT-анализа (составлено автором)

Сильные стороны	Слабые стороны
1) наличие собственных финансовых ресурсов; 2) эффективные методики продаж в компаниях-экспортерах; 3) наличие достаточного количества сырья; 4) наличие договоренности с логистическими компаниями.	1) слабая конкурентность товара; 2) низкий уровень квалификации администрации региона; 3) низкий имидж страны.
Возможности	Угрозы
1) изменение законодательства в РФ 2) изменение модели поведения клиентов 3) изменение потребительских предпочтений 4) развитие технологий 5) колебания курсов валют 6) доступ к каналам сбыта 7) степень информированности 8) конкуренты 9) уровень покупательского спроса 10) скорость рынка	1) уменьшение платежеспособного спроса 2) технологические характеристики товаров 3) степень насыщенности рынка 4) сила сопротивления работающих на рынке 5) узкая специализация 6) издержки от смены рудников

2 шаг – проводим проверку сильных сторон. Для этого по каждой сильной стороне задаются два вопроса:

1. Каким образом сильная сторона повышает удовлетворенность клиента или прибыль компаний-экспортеров?
2. Создает ли сильная сторона отличие от конкурентов?

В первом случае формируются сильные стороны, повышающие удовлетворенность – факторы успеха экспортируемых товаров.

Во втором случае – это сильные стороны, формирующие отличие – основа для позиционирования и развития конкурентных преимуществ.

Факторы, которые попали в сильные стороны, но не увеличивают прибыль, не повышают удовлетворенность и не создают отличие от конкурентов, необходимо исключить. Они лишние.

Сильные стороны:

1) Наличие собственных финансовых ресурсов у ОАО «ЛГОК» позволяет вложить средства в организацию бизнеса и закупить необходимое оборудование для последующего экспорта. Это позволит получить прибыль в виде дополнительной наценки на товар. Данную сильную сторону оставляем.

2) Эффективные методики продаж в ОАО «ЛГОК» позволят сформировать оптимальный ассортимент, разработать программу стимулирования продаж, что будет способствовать повышению удовлетворенности клиентов и росту прибыли. Данную сильную сторону оставляем.

3) Наличие достаточного количества сырья позволит не тормозить и не замораживать деятельность в запланированные сроки, в результате чего ОАО «ЛГОК» сможет получать прибыль из-за не допуска простоев. Данную сильную сторону оставляем.

4) Наличие договоренности с логистическими компаниями – всегда доставлять заказанные товары в обозначенные в договорах поставок даты. Данную сильную сторону оставляем.

3 шаг – проводим оценку слабых сторон. По каждой слабой стороне необходимо ответить на вопрос:

1. Каким образом слабая сторона снижает удовлетворенность клиента или экспортеров?

Слабые факторы, снижающие удовлетворенность – факторы основных неудач ОАО «ЛГОК».

Слабые стороны, которые не влияют на прибыль и удовлетворенность товаром, необходимо исключить.

Слабые стороны:

1) Слабая конкурентность товара – может произойти изменение в сторону уменьшения спроса на товар, в результате чего теряется часть клиентов и прибыли. Данную слабую сторону оставляем.

2) Низкий уровень квалификации администрации Белгородской области в которой расположено ОАО «ЛГОК». Данный фактор влияет в целом на климат в области. Законодательная база по экспорту принимается на федеральном уровне, а ОАО «ЛГОК» самостоятельно регулирует свою деятельность. Данную слабую сторону исключаем.

3) Низкий имидж страны – данная слабая сторона не влияет на прибыль и удовлетворенность товаром, так как ряд закупщиков могут не иметь альтернативы при закупке руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ. Данную слабую сторону исключаем.

4 шаг – проводим проверку возможностей. По каждой возможности необходимо ответить на следующий вопрос:

1. Существуют ли ресурсы для реализации возможности? Срок реализации?

Если в Белгородской области и/или в ОАО «ЛГОК» нет ресурсов на реализацию возможности – ее необходимо отложить и исключить из анализа.

Возможности:

1) Изменение законодательства в сторону уменьшения налогового бремени позволит снизить расходы ОАО «ЛГОК» и увеличить прибыль, что будет способствовать наращению их финансовых ресурсов. Также это позволит укрепить его [ОАО «ЛГОК»] позиции на внешнеэкономическом рынке, что приведет к увеличению продаж. Данную возможность оставляем.

2) Изменение модели поведения клиентов в сторону увеличения спроса будет способствовать росту продаж и прибыли. Наличие договоренности на поставку товаров позволит расширить ассортимент товаров в случае увеличения спроса. Данную возможность оставляем.

3) Изменение потребительских предпочтений в сторону увеличения спроса будет способствовать росту продаж и прибыли. Наличие договоренности на поставку товаров позволит расширить ассортимент товаров в случае изменения потребительских предпочтений. Данную возможность оставляем.

4) Развитие технологий, а именно научно-технические достижения, деятельности лаборатории и НИИ не входят в компетенцию данного исследования. Данную возможность исключаем.

5) Колебание курсов валют. Оценить данную возможность представляется затруднительным. Данную возможность исключаем.

6) Доступ к каналам сбыта в настоящем исследовании не рассматривается как модель прогнозирования данного параметра. Данную возможность исключаем.

7) Степень информированности в данном исследовании не анализируются, поэтому данную возможность исключаем.

8) Конкуренты – невозможно оценить данную возможность. Данную возможность исключаем.

9) Уровень покупательского спроса – изменение в сторону увеличения спроса, будет способствовать росту продаж и прибыли, а договоренности с поставщиками на товар и высокая квалификация генерального директора ОАО «ЛГОК» позволят задуматься о расширении выпускаемой продукции. Данную возможность оставляем.

10) Скорость роста - невозможно оценить данную возможность. Данную возможность исключаем.

5 шаг – проводим оценку угроз.

По каждой угрозе необходимо ответить на следующий вопрос:

1. Возможный срок возникновения угрозы?

Прогнозный срок возникновения угрозы более 3 лет – откладываем ее на потом и убираем из анализа.

Угрозы:

1) Уменьшение платежеспособного спроса может привести к снижению количества клиентов и прибыли ОАО «ЛГОК». Данную угрозу оставляем.

2) Технологические характеристики товаров, как было отмечено выше, существенно отличаются в худшую сторону относительно аналогичных товаров конкурентов из стран Западной Европы. Данную угрозу оставляем.

3) Степень насыщенности рынка может привести к снижению спроса на товар, представленный в регионе, что приведет к снижению собираемых налогов в регионе и к снижению прибыли экспортёров. Данную угрозу оставляем.

4) Сила сопротивления работающих на рынке – невозможно оценить срок возникновения угрозы и степень влияния на прибыль и удовлетворенность товаром. Данную угрозу исключаем.

5) Узкая специализация – не влияет на прибыль и удовлетворенность товаром. Данную угрозу исключаем.

6) Издержки от смены месторождений – влияет на прибыль и удовлетворенность товаром, однако вышеуказанная смена происходит настолько редко, что в период анализа в рамках данного исследования ни один такой факт не попал. Данную угрозу исключаем.

6 шаг – формируем сокращенный SWOT-анализ (таблица 22).

Таблица 22 - Сокращенный SWOT-анализ (составлено автором)

Сильные стороны	Слабые стороны
1) наличие собственных финансовых ресурсов; 2) эффективные методики продаж в компаниях-экспортерах 3) наличие достаточного количества сырья 4) наличие договоренности с логистическими компаниями	1) слабая конкурентность товара
Возможности	Угрозы
1) изменение законодательства в РФ 2) изменение модели поведения клиентов 3) изменение потребительских предпочтений 4) уровень покупательского спроса	1) уменьшение платежеспособного спроса 2) технологические характеристики товаров 3) степень насыщенности рынка

Завершением SWOT-анализа является правильная презентация его результатов, в которой формируются ключевые выводы и вектор развития экспорта руд и концентратов железных и продуктов прямого восстановления железной руды ОАО «ЛГМК» (таблица 23).

Таблица 23 - Результаты SWOT-анализа (составлено автором)

	Возможности				Угрозы		
	Изменени е законодат ельства в РФ	Изменение модели поведения клиентов	Изменени е потребите льских предпочте ний	Уровень покупател ьского спроса	Уменьшен ие платежесп особного спроса	Технологи ческие характери стики товаров	Степень насыщенн ости рынка
Сильные стороны	Позволяют ли сильные стороны получить преимущества благодаря этой возможности?				Позволяют ли сильные стороны избежать данной угрозы?		
Наличие собственных финансовых ресурсов	A1			A4	B1	B2	B3
Эффективные методики продаж в компания-экспортерах		A2	A3	A4	B1		B3
Наличие достаточного количества сырья		A2	A3			B2	
Наличие договоренности с логистическими компаниями		A2	A3	A4		B2	B3
Слабые стороны	Препятствуют ли слабые стороны использовать эту возможность?				Препятствуют ли слабые стороны избежать данной угрозы?		
Слабая конкурентность товара	C1				D1		
A1	Разработка ассортиментной политики с учетом изменения вкусов и предпочтений потребителей			B1		Разработка эффективной монетарной политики	
A2	Разработка эффективной стратегии сбыта товаров			B2		Разработка методов увеличения качества продаваемых товаров	
A3	Разработка инновационной политики в области сбыта товаров			B3		Разработка методики увеличения	

			информированности покупателей о товарах
A4	Модернизация технологии продаж	D1	Разработка стратегии завоевания желаемых позиций на рынке
C 1 Разработка государственных мер по поддержке экспортеров			

Сильные стороны будут способствовать получению преимуществ, благодаря выявленным возможностям. Так, снижение налогового бремени будет способствовать росту собственных финансовых ресурсов ОАО «ЛГОК», что, в свою очередь, позволит разработать ассортиментную политику с учетом изменения предпочтений потребителей (поле A1), что будет способствовать росту доходов государства через увеличение прибыли компаний.

Эффективные методики продаж в ОАО «ЛГОК» позволят оценить модель поведения клиентов и выявить потребительские предпочтения, в результате чего будет разработана эффективная стратегия сбыта товаров за рубеж, которая будет включать бонусную систему, систему специальных контрактных условий (поле A2).

Эффективные методы продаж, наличие достаточного количества сырья и налаженные логистические каналы позволят разработать новые методики сбыта товара (напрямую покупателю, сокращение транспортных расходов) (поле A3).

Наличие собственных финансовых ресурсов, эффективные методики продаж и налаженная логистика позволят разработать ассортиментную политику с учетом увеличения уровня потребительского спроса (поле A4).

Выявленные сильные стороны будут способствовать избеганию угроз. С этой целью необходимы:

- Разработка эффективной монетарной политики (поле B1) и разработка государственных мер по поддержке экспортёров (поле C1). Эти задачи позволят решить мероприятия отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, связанные с поддержкой внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области и направленные на поддержку и стимулирование экспорта продукции с более высокой добавленной стоимостью;

- Разработка методов увеличения качества продаваемых товаров (поле В2). Эту задачу позволит решить создание регионального отделения союза ключевых экспортеров, в функции которого предлагается включить индикативное планирование и согласование объемов производств и экспорта продукции как условия повышения экономической безопасности и устойчивости регионального сегмента железорудной промышленности;
- Разработка методики увеличения информированности покупателей о товарах (поле В3) и разработка стратегии завоевания желаемых позиций на рынке (поле D1). Эти задачи позволят решить разработка и использование сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, включающий формирование пессимистического, оптимистического и наиболее вероятного сценариев экспорта продукции на иностранные рынки.

Глава 3. Разработка организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

3.1. Совершенствование организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

Изучение теоретических и практических аспектов развития внешнеторговой деятельности отечественных предприятий показывает, что в настоящее время наиболее эффективное развитие внешнеторговой деятельности возможно при помощи практического создания систем или подмеханизмов, объединенных в единый организационно-экономический механизм развития внешнеторговой деятельности предприятия. При разработке данного механизма встает вопрос, связанный с формированием определения понятия организационно-экономический механизм. Данный механизм разрабатывается для приведения в действие всех систем управления предприятия, когда с помощью своих элементов обеспечивает оптимальное функционирование внешнеторговой деятельностью предприятия.

Организационно-экономический механизм – это понятие, охватывающее организационно-хозяйственные аспекты экономики предприятия, в совокупности обеспечивающие его функционирование[22].

Таким образом, под организационно-экономическим механизмом развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий понимается механизм, включающий цели, задачи, принципы, критерии, показатели, методы, а также экономические, организационные и инфраструктурные условия развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в условиях перехода к инновационной экономике.

Для разработки механизма развития внешнеторговой деятельности необходимо определить цель развития, которые должны соответствовать утвержденной стратегии, принятой железорудным предприятием и проводимым им стратегическим планированием и заключаться в нахождении такого инструмента, позволяющего эффективно развивать внешнеторговую деятельность при любых факторах воздействия (внешних и внутренних). Основной целью развития внешнеторговой деятельности выступает повышение количественного и качественного развития внешнеторговой деятельности на основе решения

следующих стратегических и тактических задач: повышение уровня товарооборота от внешнеторговой деятельности; расширение ассортимента выпускаемой железорудными предприятиями продукции в части товаров с высокой добавленной стоимостью; рост ВРП и эффективности экономики региона, в котором расположено железорудное предприятие.

Формирование организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий необходимо для приведения в действие и определение обстоятельств, позволяющих максимизировать результаты внешнеторговой деятельности предприятия. На рисунке 26 приведена графическая модель организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности.

В настоящее время мы можем наблюдать активное государственное управление и регулирование в сфере торговой и промышленной политик. Это вызвано высокой экономической и социальной значимостью железорудных предприятий в развитии общества, т.к. добыча железорудного сырья, переработка его в продукты с высокой добавленной стоимостью в некоторых регионах страны сопровождается и обеспечивает уровень жизни населения, развитие сопутствующих данной отрасли предприятий, регионов, страны. В связи с этим рассматриваются три уровня управления в структуре организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности: федеральный уровень, региональный уровень и уровень предприятия. Стоит отметить, что каждый уровень обеспечен субъектом управления, инструментами управления, объектом и целями управления.

На федеральном уровне субъектом управления являются органы исполнительной власти (Правительство РФ, Министерство промышленности и торговли, Министерство экономического развития РФ) и органы законодательной власти. На региональном уровне субъектом управления выступают Правительство субъектов РФ, Администрация субъектов РФ. Субъектом управления на уровне предприятия являются руководители предприятия, совет директоров и т.п.

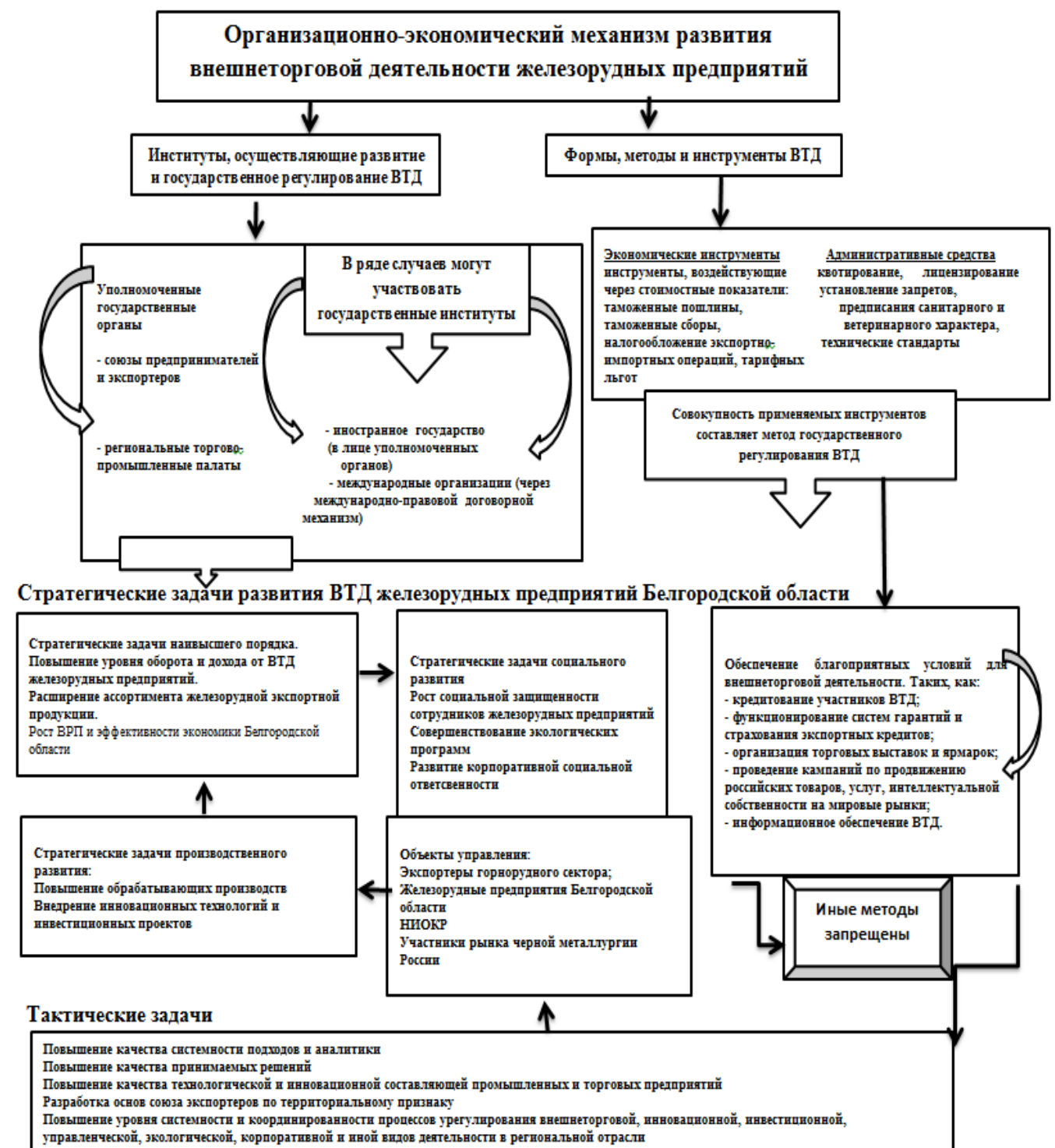


Рисунок 25 – Организационно-экономический механизм развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий (составлено автором)

Основу действия механизма развития внешнеторговой деятельности составляет необходимость совмещения целей и задач системы развития с принципами внешнеторговой деятельности предприятия, главным из которых является комплексность данного механизма, т.е. необходимость обеспечить сбалансированность, оптимальность.

Внешнеторговая деятельность железорудных предприятий – представляет собой сложные комплексные мероприятия, включающие разнообразные этапы, представленные на рисунке 27 и воплощающиеся в сложной интегрирующей системе, нацеленной на обеспечении конкурентоспособности предприятия и объединяющей все локальные действия отделов и органов управления на железорудном предприятии, тесное взаимодействие которых обеспечивает реализацию поставленных целей по развитию и устойчивости внешнеторговой деятельности.

На основании проведенного анализа состояния железорудной подотрасли черной металлургии были сформированы основные условия формирования организационно-экономического механизма развития внешнеторговой деятельности в условиях инновационной экономики:

1. экономические;
2. организационные;
3. инфраструктурные.

Экономические условия механизма могут быть описаны с помощью экономико-математической модели, выбор которой зависит от достоверности выводов ее изучения. В тоже время экономический механизм должен иметь соответствующее организационное обеспечение, а именно должны быть обеспечены организационно-технические условия (разработаны конкретные процедуры внешнеторговой деятельности, например процедура ведения переговоров и заключения международной сделки купли-продажи).

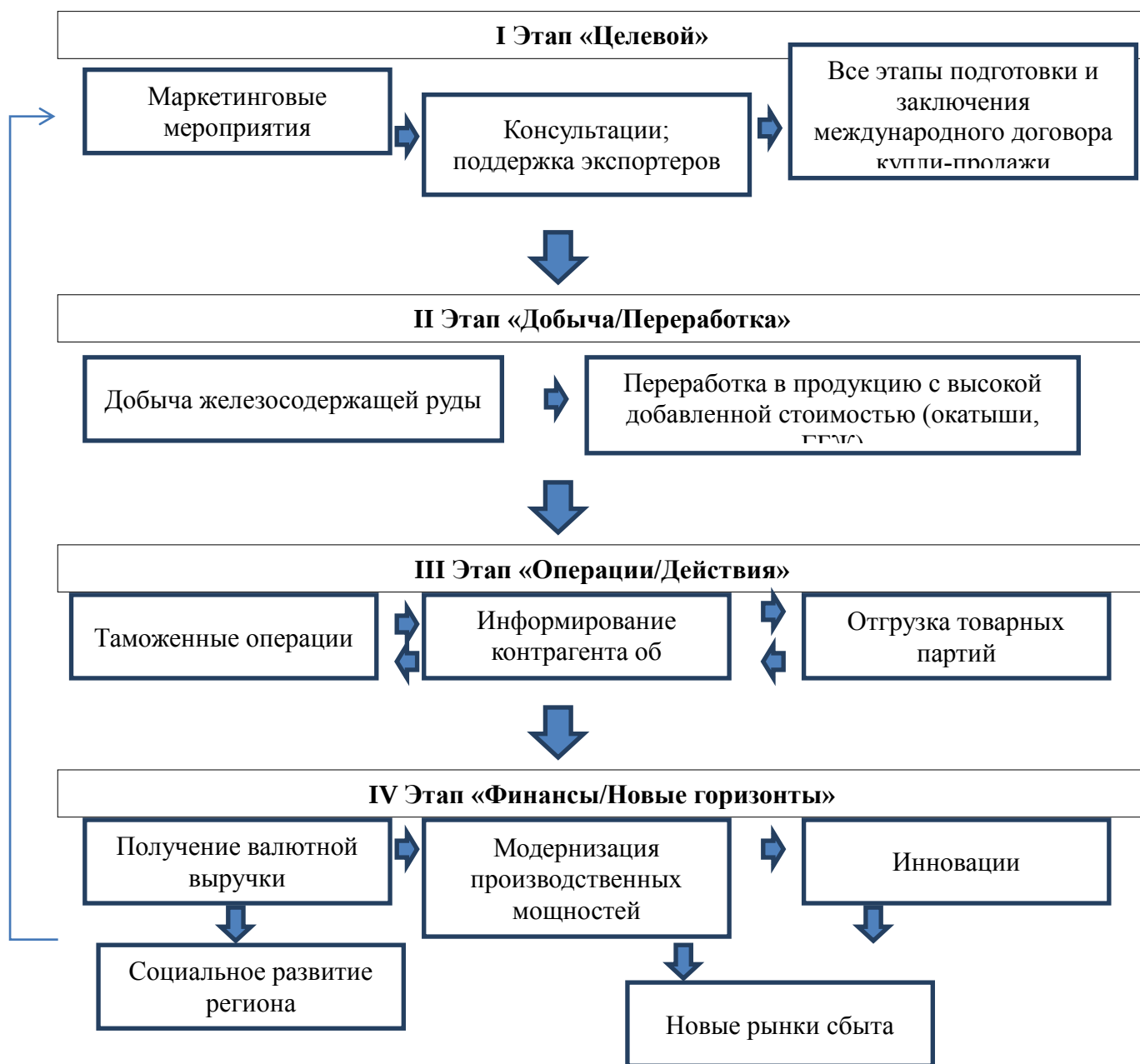


Рисунок 26 – Алгоритм организации внешнеторговой деятельности железорудного предприятия (составлено автором)

Инфраструктурные условия реализации внешнеторговой деятельности подразумевают весь комплекс отраслей, предприятий и организаций, входящих в эти отрасли, которые обеспечивают нормальное функционирование производства и обращения товаров, в том числе внешнеторгового.

Предлагаемый организационно-экономический механизм включает разработку и реализацию мероприятий отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, основанного на использовании сценарного

прогноза развития внешнеторговой деятельности регионального сегмента железорудной промышленности.

Таким образом, представив организационно-экономический механизм развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, выявлена теснейшая взаимосвязь выявленных аспектов. Именно обеспечение единства его построения позволит реализовать всестороннее развитие не только внешнеторговой деятельности предприятия, но и в целом улучшению всех его экономических показателей.

3.2. Разработка типовой модели развития внешнеторговой деятельности промышленного предприятия

Для реализации отраслевой программы по развитию внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области, важной мерой является выделение всех игроков рынка в единый промышленный союз для возможностей маневров поддержки, инвестирования и управления отраслью в целях развития внешнеторговой деятельности.

В настоящее время в России уже имеется практика создания союзов и объединений экспортеров. Для оценки предложенной меры по созданию союза экспортеров Белгородской области, рассмотрим опыт уже функционирующих объединений.

Союз экспортеров металлопродукции России (СЭМПР) представляет собой независимую некоммерческую неправительственную организацию, объединяющую на основе добровольного членства основных российских производителей и экспортеров металлопродукции.

Следует отметить, что на региональном уровне практика создания Центров поддержки экспорта действует уже в течение нескольких лет, — на начало 2016 г. их действует 40. Деятельность данных организаций регламентируется региональным законодательством и ориентировано на средний и малый бизнес. В настоящий момент можно говорить об отсутствии развития Центров поддержки экспорта, ориентированных на крупный бизнес.

В рамках реализации Закона Белгородской области «О промышленной политике Белгородской области», а именно статьи 10 о поддержке субъектов деятельности в сфере промышленности в области внешнеэкономической деятельности, вытекает острая необходимость в создании регионального отделения союза экспортеров.

Автор предлагает создать союз экспортёров по принципиально новому параметру – по местонахождению. Все созданные в России союзы – отраслевые, их концентрация зависит от месторасположения отраслевых предприятий по всей территории страны и сосредоточена в различных субъектах федерации, что несомненно имеет свои минусы. Они концентрируют производителей из разных регионов, объединенных одной отраслью экономики. Но если создать союз, который будет объединять производителей одного региона по всем отраслям экономики, это поможет добиться кардинально иного результата.

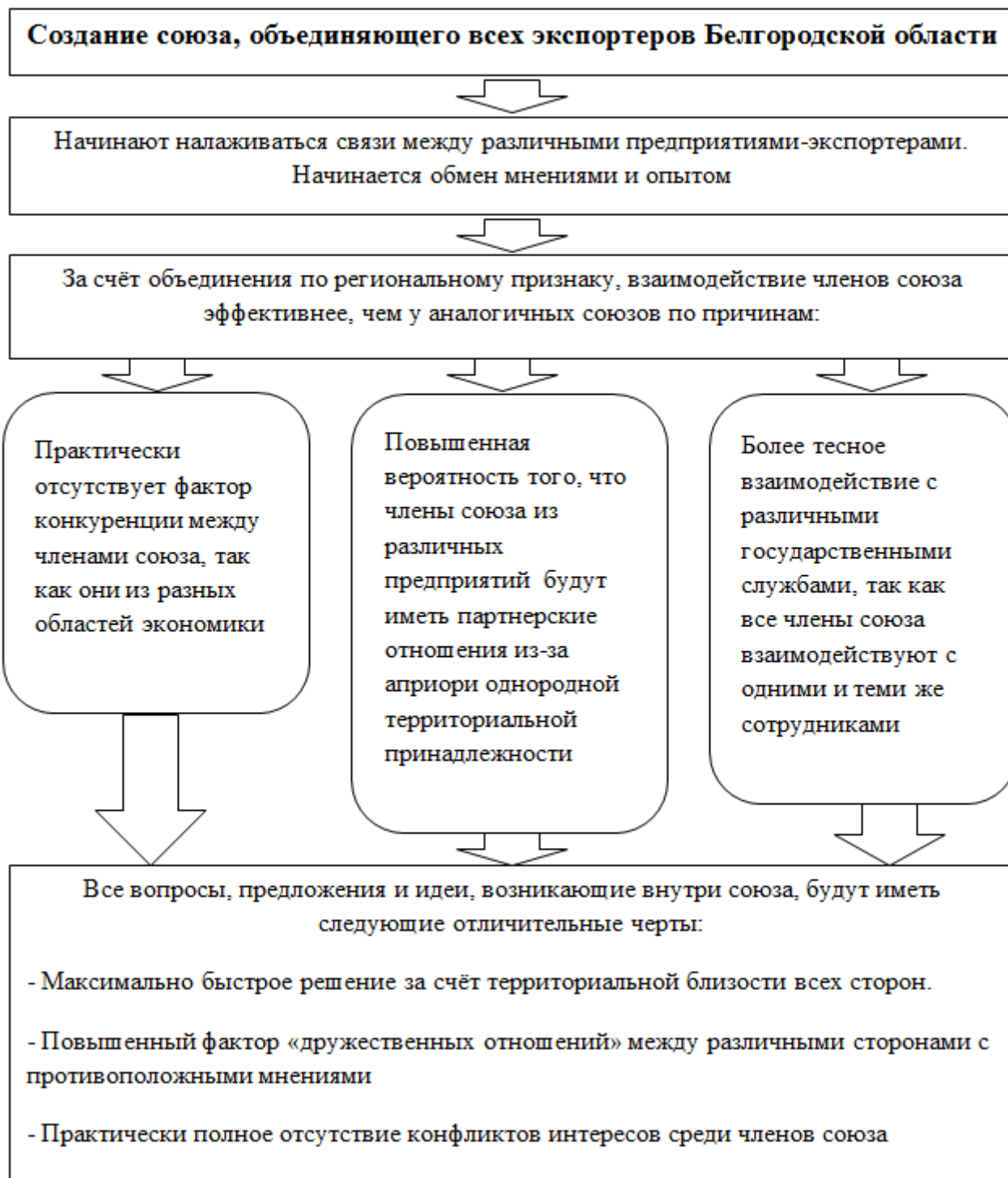


Рисунок 27 - Каузальные связи создания регионального отделения союза экспортеров (составлено автором)

Последствия такого союза можно укрупнено представить в виде рисунка 27.

Структура создаваемого союза предлагается в следующем виде. Органами управления и контроля Союза являются:

- Съезд членов Союза;

- Совет Союза;
- Бюро Совета Союза;
- Президент;
- Вице-президенты;
- Ревизионная комиссия.

Высшим органом управления Союза является Съезд членов Союза (далее - «Съезд»), созываемый не реже одного раза в 3 года.

Постоянно действующим коллегиальным органом управления Союза является Совет Союза, избираемый Съездом сроком до шести лет из состава членов Союза (их представителей). Возглавляет Совет Союза и организует его работу Президент Союза.

Оперативное руководство текущей работой Союза в промежутках между заседаниями Совета Союза осуществляет Бюро Совета Союза, которое избирается открытым голосованием сроком на 6 лет. В его состав входят Президент Союза, вице-президенты Союза, а также могут входить отдельные члены. Возглавляет Бюро Совета Союза Президент.

Руководство текущей деятельностью Союза осуществляется Президентом Союза, избираемым Съездом на 6 лет, который в своей деятельности руководствуется решениями Съезда, Совета Союза и Бюро Совета Союза.

Пример вопросов, которые может решать Союз:

- Участие в работе комитетов и комиссий, взаимодействие с депутатами областной Думы Белгородской области, Государственной Думы при ежегодном рассмотрении проектов законов о федеральных бюджетах и других законов, влияющих на деятельность экспортеров Белгородской области;
- Участие в реализации комплекса мер, направленных на обеспечение устойчивой работы экспортеров Белгородской области в условиях экономического кризиса;
- Индикативное планирование и согласование объемов производства и экспорта продукции;
- По внесению изменений в Кодексы и иные нормативно-правовые акты;

- По усилению контроля за реализацией субъектами Российской Федерации постановления Правительства Российской Федерации от 30 июня 2007 г. № 419 в части, касающейся экспортеров Белгородской области;
- По разработке и осуществлению механизма оптимизации уплаты таможенных пошлин и иных налогов при экспорте.

Таким образом, можно наглядно заметить, что последствия создания такого союза будут иметь положительное влияние на всех экспортеров Белгородской области, что потенциально может привести к устойчивости регионального сегмента железорудной промышленности.

Реализуемая в настоящее время Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года, утвержденная Постановлением Правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. N 27-пп, выделяет следующие ключевые направления, по которым формируются государственные программы развития региона:

- Сельское хозяйство и рыболовство;
- Транспортная инфраструктура;
- Жилье;
- Безопасность;
- Информационное общество;
- Социальная инфраструктура;
- Здравоохранение;
- Развитие культуры и искусства;
- Занятость населения;
- Образование;
- Физическая культура и спорт;
- Кадровая политика.

Региональная государственная программа в Белгородской области — это увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, обеспе-

чивающих эффективное решение целевых задач и требующих государственной поддержки.

Автор предлагает разработку и внедрение отраслевого раздела Стратегии социально-экономического развития Белгородской области, направленной на стимулирование внешнеторговой деятельности, поддержку и стимулирование экспорта продукции железорудных предприятий. При этом основной аспект раздела – продвижение отечественной продукции на новых и уже задействованных иностранных рынках. Предлагается утвердить Государственную программу развития Белгородской области «Развитие внешнеторговой деятельности промышленных предприятий».

Цель программы для железорудных предприятий – сохранить объемы и увеличить экспорт Белгородской области продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ в натуральном и денежном выражении. Для достижения цели предлагаемой программы должны быть решены следующие задачи:

- повышение конкурентоспособности отечественных железорудных производителей;
- обеспечение сбалансированного и эффективного развития инфраструктуры сбыта продукции;
- формирование и отработка механизмов проектного управления инвестициями на условиях государственно-частного партнерства.

Для решения поставленных задач компании экспортеры могут применять следующие методы:

- расширение рынка сбыта;
- применение методов международного маркетинга;
- проведение и участие в выставках на территории стран – импортеров.

Рассмотрим подробнее каждый из предложенных методов.

Расширение рынка сбыта – одно из направлений организации сбыта продукции на любом уровне (микро – компании; среднем – региональном; макро-федеральном). Каждый рыночный субъект (предприниматель, компания, отрасль, регион, государство) стремится к увеличению рыночной ниши товаров и услуг.

Расширение рынка сбыта (рыночная экспансия) подразумевает как нахождение для выпускаемого товара новых рынков, так и охват новых сегментов существующего рынка.

Расширение рынка сбыта предусматривает применение различных маркетинговых стратегий. Стратегическими задачами при расширении рынка сбыта является:

- 1) Привлечение новых покупателей.
- 2) Нахождение новых способов использования продукции.
- 3) Расширение рынка сбыта, за счет интенсификации использования выпускаемого товара.

Применение методов международного маркетинга. Особенностью современного этапа развития экономики является глобализация, которая проявляется в различных сферах: экономической, политической, экологической, культурной. В экономике глобализация проявляется в том, что:

- увеличивается объем мировой торговли товарами и услугами;
- обеспечивается мобильность передвижения капитала и рабочей силы;
- происходит слияние рынков, организаций и производственных цепочек;
- экономические границы государств становятся все более прозрачными.

Проведение и участие в выставках на территории стран – импортеров. Участие в выставках достаточно сильно отличается от других видов рекламы, как специфическими возможностями, так и количеством ресурсов необходимых для реализации этих возможностей.

Основные приоритеты промышленной ассоциации на 2018-2020 гг.

Для достижения главных целей на планируемый период следует провести ряд задач:

1. увеличение рыночной доли на всех ключевых для Белгородской области сегментах рынка;
2. поддержание достаточного уровня капитала;
3. повышение рентабельности бизнеса в сфере железорудной промышленности;
4. увеличение международной клиентской базы;

5. совершенствование основных бизнес-процессов отраслевиков;
6. поддержание инвестиционного климата Белгородской области;
7. повышение уровня профессионализма сотрудников отрасли;
8. поддержание имиджа области.

Главной целью Стратегии развития черной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года является удовлетворение спроса внутреннего и мирового рынков на металлопродукцию в необходимых номенклатуре, качестве и объемах с использованием наилучших доступных технологий при условии стабильного сырьевого обеспечения и эффективной реализации мер государственной промышленной политики в сфере черной металлургии[6]. В этой связи в этот период Белгородской области необходимо усиливать свои позиции на всех ключевых для нее сегментах рынка. Приоритетным для региона является такое направление экономической деятельности, как добыча и переработка железорудного сырья в продукты прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ.

Увеличение клиентской базы

Несмотря на ужесточение конкуренции на рынке черной металлургии в мире, одним из основных приоритетов для горнорудного сегмента отрасли Белгородской области остается увеличение ее клиентской базы по всем линиям внешнего бизнеса. С целью достижения планов по росту клиентской базы, Белгородской области следует осуществить ряд мероприятий в следующих основных направлениях.

Разработка комплекса маркетинга. В целях повышения конкурентоспособности области на рынке, в следующие три года планируется разработка пакетов услуг для всех групп потребителей (Крупнейшие компании, Крупный бизнес, госкорпорации).

Расширение ассортимента предоставляемых услуг. В целях повышения уровня удовлетворенности потребителей ассортиментная политика Белгородской области также будет постоянно приводиться в соответствие со структурой потребностей целевых групп клиентов.

Совершенствование основных бизнес-процессов

Уровень экспорта напрямую зависит от уровня оптимизации тех бизнес-процессов, с которыми напрямую соприкасаются потребители на рынке. Поэтому, особое внимание в ближайшие годы будет уделено отладке бизнес-процессов, повышение инновационной составляющей.

Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций

Выделена проблема стагнации спроса на продукты прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ. Формулировка проблемы поставлена правильно, в настоящем времени и отвечает на вопрос «Что происходит сейчас?». Проводился анализ документов.

Планирование.

Цель кампании:

1. Поддержание благоприятного имиджа региона, повышение заинтересованности потребителей.
2. Увеличение доли контрактов до 10%.

Целевая аудитория: представители госкорпораций и крупного бизнеса стран ЕС.

- первичной осведомленности о железорудных предприятиях Белгородской области, как бренде;
- сфокусированной и персонифицированной коммуникации.

Основная идея: создание эксклюзивных предложений, демонстрация достижений, демонстрация возможностей проектов продукции высоких стандартов качества.

Критерии эффективности и планируемые результаты: увеличение числа клиентов (увеличение потока клиентов после проведения PR-кампании), положительное мнение общественности, определенное упоминание в СМИ, увеличение продаж согласно разработанному плану.

Анализ: на этапе планирования была задана цель PR-кампании: кампания нацелена на поддержание благоприятного имиджа в глазах клиентов продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ Белгородской области, в связи с конкуренцией на рынке черной металлургии, также частью цели кампании является экономическая выгода.

Выбор основной стратегии кампании по связям с общественностью также является очень важным. Стратегию данной кампании можно определить как стратегию быстрого рывка (она основана на принципе достижения результатов в самом начале кампании).

Оценка перспектив кампании.

Проведен анализ проделанной работы, ее содержательные итоги, также проведена оценка эффективности PR-кампании, оценка перспектив дальнейшей деятельности.

PR-кампания «Новые стандарты горнорудного сегмента черной металлургии Белгородской области» должна носить следующий характер:

- международная;
- долгосрочная (длительность проведения 2 года);
- выполняема собственными силами, а также с помощью привлечения Федеральной поддержки;
- внешняя, так как направлена на потребителей;
- многообъектная;
- высокоинтенсивная (массированное воздействие на целевую аудиторию).

Эффективность PR-кампании очень зависит от эффективных средств коммуникации, а выбор средств коммуникации зависит от поставленных целей и задач.

Проведение PR-кампании можно усовершенствовать с помощью используемых каналов коммуникации:

Международные экономические форумы;

Телевидение и СМИ

Сеть Интернет.

Реклама на биржах.

Белгородская область имеет функционирующий сайт. Рекомендуется адаптация разделов сайта, связанных с коммерческими предложениями черной металлургии и активное его продвижение, больше информации по различным кампаниям и акциям.

Эффективность деятельности по связям с общественностью во многом зависит от эффективности проводимых PR-кампаний, которые должны работать на достижение одной цели. Важной стороной такой деятельности является взаимодействие со СМИ.

СМИ

Белгородская область не слишком активно использует телевидение для продвижения PR-кампаний.

Телевидение - основной канал, обеспечивающий максимальный охват широкой аудитории. Поэтому размещение информации на телевидении позволяет обеспечить большое число контактов с аудиторией, закрепляет название и позицию компании в сознании потребителей.

Варианты видеоматериалов, которые можно использовать:

- имиджевый видеоролик;
- информационные видеоролики с активной пропагандой преимуществ продуктов прямого восстановления железной руды: куски, окатыши, ГБЖ Белгородской области;
- новостные сюжеты.

Печатные средства массовой информации также являются одним из основных медиаресурсов, отвечающим задачам кампании и соответствующим целевым аудиториям. Можно размещать информацию не только в тематических изданиях, но также мужских статусных журналах с наличием колонки «бизнес-аналитики» в топиках «перспективы рынков развивающихся стран», большая вероятность охвата потенциальных потребителей (среди целевой аудитории – читатели-сотрудники и руководители предприятий, перерабатывающих железорудное сырье).

В настоящее время главным для сферы паблик рилейшнз является совершенствование форм коммуникации, поиск новых идей и решений, проявлять значительную гибкость, умение адаптироваться к новым обстоятельствам.

Целевая аудитория маркетинговых коммуникаций представлена следующими сторонами:

- действующие заказчики;
- потенциальные заказчики;

- участники рынка черной металлургии в целом;
- представители СМИ.

Из представителей СМИ отмечаются субъекты центрального телевидения и радио, деловых газет и журналов, периодических изданий. Из них телевизионные каналы «Первый», «РБК», «EuroNews», радиостанции «Маяк», «Эхо Москвы», «BusinessFm», деловые издания «Forbes», «ТСС», «Известия», «Бизнес», а также представители Интернет-изданий и лент.

Разработка комплексной программы продвижения

Программа рекламного продвижения

Программа рекламного продвижения основана на размещении рекламы в деловой прессе, специализированной прессе и в сети Интернет.

В Интернет. SEO-продвижения сайта по ключевым запросам: НИОКР в сфере черной металлургии, проектный институт, проектирование решений металлургического комплекса и схожей группы запросов. Контекстная реклама по аналогичным ключевым запросам в поисковых системах Yandex (для клиентов, ориентированных на российский рынок), Google, Yahoo. Ключевая цель: рост релевантности сайта, рост аудитории сайта.

Акции по стимулированию сбыта

В качестве акции по стимулированию сбыта предлагается в среднесрочной перспективе разработать ряд видеопередач для телевизионных каналов. Продолжительность эфирного времени – 7 мин. 40 секунд по каждой передаче. Время трансляции: 16.45 минут, 21 час 30 минут – по будним дням на канале «РБК». Содержание видеороликов: информационное освещение достижений, возможностей и перспектив компании.

Спонсорство и благотворительность. Компании предлагается разработать ряд благотворительных мер и отчислений, нацеленных на поддержку детских учреждений, разрешения экологических проблем, финансирования экологических и социальных мониторингов, поддержку малообеспеченных групп населения. Спонсорство может быть широко освещено в средствах массовой информации. Объектами благотворительной деятельности могут быть:

- финансирование охраны природных территорий как Белгородской области, так и территории РФ;
- финансирование детских домов региона;
- участие в выставках.

Таким образом, создание промышленного союза, разработка государственной программы поддержки и стимулирование экспорта, а также разработка комплекса мероприятий по созданию и продвижению отраслевого бренда на мировой рынок окажет мощную программную поддержку для предупреждения угроз и ликвидации слабых сторон, выявленных в аналитической части исследования.

3.3. Сценарный прогноз развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий

Прогнозный сценарий – это метод предпрогнозных исследований, с помощью которого устанавливается логическая последовательность событий с целью показать, как, исходя из существующей ситуации, может развиваться будущее состояние объекта исследования[24]. Используя аналитические данные диссертационного исследования, полученные в предыдущих пунктах, разработаем сценарные варианты развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий.

Основываясь на Прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годы, отметим следующие факторы, влияющие на увеличение выпуска продукции черной металлургии, а именно горнорудного сегмента в части добычи и переработки железорудного сырья:

- сдерживание роста цен и тарифов на услуги естественных монополий;
- реализация мер по повышению эффективности механизмов торговой защиты отечественных предприятий;
- повышение конкурентоспособности российской металлопродукции;

- увеличение пропускной способности железнодорожных перевозок.

Долгосрочное развитие отечественного металлургического комплекса будет зависеть от эффективности программ компаний по реструктуризации и модернизации действующих производств[128].

Интегральная оценка развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий от организации союза экспортеров и внедрения отраслевой программы по экспансии иностранных рынков в диссертационном исследовании основывается на формировании прогнозных сценариев развития внешнеторговой деятельности и изменения в этой связи спроса на железосодержащее сырье для предприятий черной металлургии, измерение влияния на протекающие процессы различных факторов.

Прогнозирование развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области целесообразно использовать на основе научных подходов. Поскольку основополагающим методом в данном исследовании является структурный и системный подход, следует использовать методы различных областей знаний, сказывающихся на развитие отрасли: экономический прогноз (матричный метод, метод экспертных оценок, анализ экономической эффективности, ТРЕНД-анализ), маркетинговый анализ (SWOT-анализ (см. пункт 3.1, PEST анализ (см. Приложения), Анализ 7P и ряд других. На базе выбранных методов, представляется возможным применить метод сценарного планирования. На базе данного метода (с адаптациями сценарного планирования под отрасль железорудных предприятий), можно предложить три наиболее вероятных сценария развития ВТД Белгородских железорудных предприятий и сгруппировать возможные сценарии в категории «реалистический прогноз», «пессимистический прогноз», «оптимистический прогноз».

Схематично интересы экономических субъектов, заинтересованных в развитии ВТД отечественных предприятий горнорудной промышленности приведены в таблице 24.

Таблица 24 - Интересы экономических субъектов, заинтересованных в развитии ВТД отечественных предприятий горнорудной промышленности (составлено автором)

Потребители	Качественная железорудная продукция Надежность поставщика Юридическая прозрачность международной сделки Конкурентоспособная цена
Собственники предприятий отрасли	Максимизация прибыли Доходность на капитал Безопасность ведения бизнеса Условия для стратегического развития
Межотраслевой бизнес	Регулярность заказов и тендеров Отраслевое образование
Регион (Белгородская область)	Социальная стабильность Соблюдение интересов Налоговые поступления Развитие инфраструктуры и институтов
Государство (Российская Федерация)	Социальное развитие Соблюдение интересов Налоговые поступления Международное развитие

Приведенное в настоящей диссертации исследование, рассмотренные положительные и отрицательные факторы, позволили построить сводный SWOT-анализ конкурентоспособности белгородских железорудных предприятий на международном рынке.

- S-O сценарий, наиболее вероятный, реализуемый при текущем векторе развития ВТД железорудных предприятий Белгородской области, ориентированной на экспорт;
- W-O сценарий, развитие партнерства с зарубежными компаниями рынков СНГ и переход в более узкие ниши;
- S-T сценарий, развития «крупный экспортер» региональной железорудной продукции и производство сырья (основной угрозой являются риски по достижению заявленной цели).

• W-T сценарий - его реализация подразумевает прекращение ВТД Белгородских железорудных предприятий и формирование закрытого рынка. Речь идет об осуществлении ВТД исключительно для удовлетворения локального (внутреннего) спроса производственных предприятий горнодобывающего сектора. В настоящее время данный вариант опасен для российской экономики в виду угроз закрытия и делиберализации рынка и потери крупного сегмента валютных поступлений в страну. В настоящих условиях данный вариант можно расценивать как маловероятным и практически невозможным, однако на фоне политического кризиса, данный вариант необходимо учитывать в шкале рисков. В чистом виде данный сценарий невозможен, поэтому S-T-сценарий и W-T сценарий объединяем в пессимистический прогноз.

Сценарии построены на базе допущений для рынка горнорудных предприятий. К допущениям, которые мы оцениваем в 15% относятся факторы, которые представляются невозможными к анализу в современных условиях:

- факторы неустойчивых валютных колебаний;
- факторы непредсказуемых международных политических решений;
- факторы коммерческих тайн конкурирующих предприятий;
- закрытая информация институтов НИОКР.

При построении сценариев для более точных прогнозов, мы взяли за основу только крупные железорудные предприятия Белгородской области, осуществляющие производственную и внешнеторговую деятельность.

Расчетный период приведенных сценариев 10 лет, с 2017 по 2027 годы. Прогнозный срок связан со следующими причинами:

1. Действующие ФЦП и ФП по развитию Белгородской области, которые существуют на данный момент и оказывают влияние на тренды развития анализируемой отрасли составлены до 2020 г[3]. При возможности запуска реализации предложений по совершенствованию ВТД железорудных предприятий в 2017 г. трех лет категорически недостаточно, поэтому привязывать сценарный прогноз к имеющимся срокам программ в нашем случае не представляется целесообразным.

2. С учетом нестабильной экономико-политической ситуации в мире нецелесообразно использовать долгосрочные прогнозы.
3. Методики ТРЕНД-анализов и сценарного прогнозирования называют рекомендуемыми сроками прогнозирования отраслей, близких к анализируемым около 10-15 лет.

Следовательно, мы выбираем срок сценарного прогнозирования – 10 лет (2017-2027 гг.).

Начальным годом расчетного периода считается первый год осуществления реализаций мероприятий по совершенствованию внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области. Конечным годом является полная реализация данных мероприятий.

В качестве допущений выбираем факторы, воздействующие на отрасль, выявленные в результате SWOT-анализа.

Сценарии (базовые гипотезы) развития ВТД железорудных предприятий Белгородской области указаны в таблице 25.

Таблица 25 - Сценарии (базовые гипотезы) развития ВТД горнорудных предприятий Белгородской области (составлено автором)

Сценарные допущения	Современная ситуация	Реалистический прогноз	Пессимистический прогноз	Оптимистический прогноз
наличие собственных финансовых ресурсов	Наличие собственных финансовых ресурсов достаточно, имеет стабильный тренд	Рост финансовых ресурсов с динамикой более 14,5% в год. Рост доходности в капитал с динамикой более 13% в год.	Стагнация динамики финансовых ресурсов. Отрицательная динамика финансовых ресурсов.	Рост финансовых ресурсов более 14,5% в год до 25% в год..
эффективные методики продаж в компаниях-экспортерах	Методики продаж обеспечивают удержание постоянной потребительской базы на взаимовыгодных условиях	Удержание действующей потребительской базы.	Методики продаж теряют эффективность, что приводит к сокращению клиентской базы. Методики продаж стран-конкурентов превосходят по показателям эффективности. Отсутствие разработанных новых актуальных	Совершенствующиеся методики продаж с учетом требований глобальной экономики в условиях политического и экономического кризиса. Расширение действующей потребительской базы, охват новых рынков, повышение

			методик продаж, позволяющих обеспечивать экономическую эффективность.	результативность и сделок. Методики продаж превосходят по эффективности методики продаж конкурентов.
наличие достаточного количества сырья	Количества сырья достаточно для эффективной бесперебойной ВТД	Количества сырья остается достаточным для эффективного бесперебойного ВТД	Количество сырья сокращается из-за спада инвестиций в отрасль и показателей добычи производственных компаний горнорудного сегмента Белгородской области.	Количества сырья стабильно растет на фоне совершенствования технологий добычи, роста инвестиций в отрасль, роста доходности в капитал и увеличения бюджетов компаний на научно-исследовательские и горнодобывающие направления.
наличие договоренности с логистическими компаниями	Действующая договоренность с логистическими компаниями позволяет обеспечивать бесперебойные поставки товаров потребителям	Изменения в договоренностях с логистическими компаниями не предусмотрены	Договоренности с логистическими компаниями несут дополнительные финансовые и административные нагрузки, осложняющие бесперебойные поставки товаров потребителям и сокращающие доходность компаний-экспертов	Договоренности с логистическими компаниями становятся более лояльными к экспортерам, что приводит к либерализации условий поставки и сокращению издержек на логистику, а также оптимизирует логистические пути и их административное инфраструктурное обслуживание
изменение законодательства в РФ	Законодательство РФ не предусматривает введение регрессивной системы таможенных пошлин для отрасли и установление СЭЗ для отраслевиков.	Незначительные изменения в налоговом, таможенном, бюджетном и предпринимательском праве не оказывают существенного влияния на развитие отрасли и показателей его	Рост налоговой нагрузки на компаний-экспертов, ужесточение таможенного законодательства, введение контрсанкций, затрагивающие предприятий-экспортеров,	Введение законодательных актов, позволяющих вводить регрессивную систему налоговых пошлин и устанавливать свободную экономическую

	Федеральная Целевая программа развития экспорта железорудных предприятий отсутствует.	эффективности. Стимулирующие законодательные и подзаконные акты вводятся постепенно. Демотивирующие законодательные акты маловероятны.	ужесточение контроля над бизнесом, введение законодательных актов, ухудшающих бизнес-климат и усложняющих работу инвесторов	зону для отраслевиков железорудных предприятий.
изменение модели поведения клиентов	Модель поведения клиентов консервативна и стабильна, благоприятна для отрасли	Модель поведения клиентов не изменяется.	Модель поведения клиентов изменяется в пользу международного тренда всевозможных попыток замещения российских предприятий конкурирующим и рынками.	Модель поведения клиентов становится более лояльной для отрасли.
изменение потребительских предпочтений	Потребительские предпочтения консервативны	Потребительские предпочтения незначительно и плавно меняются на фоне научно-исследовательского прогресса и роста инновационных технологий, что совпадает с темпами роста компаний-экспортеров	Потребительские предпочтения стремительно меняются, опережая возможности адаптации экспортеров, начинающих уступать конкурентам, обладающим более высокоразвитыми технологиями и большей информационной базой о предпочтениях потребителей.	Потребительские предпочтения меняются вслед за возможностями компаний-экспортеров. Предложение управляет спросом.
уровень покупательского спроса	Уровень покупательского спроса стабилен для обеспечения эффективности отрасли.	Уровень покупательского спроса растет темпами до 5%.	Уровень покупательского спроса падает до 5% в год. Стоимость горнорудного сырья падает на мировом рынке.	Уровень покупательского спроса растет. Стоимость горнорудного сырья растет, и компании-экспортеры Белгородской области обладают потенциалом обеспечивать растущий спрос.
уменьшение платежеспособности	Платежеспособный спрос	Платежеспособный спрос остается	Уровень платежеспособности	Уровень платежеспособности

ого спроса	стабилен.	стабильным.	ого спроса падает, что приводит к демпингу на рынке и падению стоимости горнорудного сырья и металлопроката на международных торгах.	ого спроса растет, что приводит к плавному росту цен на продукцию, и предприятия Белгородской области остаются конкурентоспос обными и обладают конкурентными преимуществам и.
------------	-----------	-------------	--	---

Таким образом, в нашем случае положительными для развития отрасли можно считать реалистический и оптимистический прогноз, пессимистический прогноз представляет собой набор рисков, который следует учитывать при составлении инвестиционного плана в отрасль и заложить в PEST-анализ отрасли.

Рассмотрим социальные показатели трудозанятости при различных прогнозах для крупных железорудных предприятиях Белгородской области ОАО «СГОК» и ОАО «Комбинат КМАруда». Прогноз проводился при использовании метода управления персоналом А.Я. Кибанова[106]. Для прогноза были учтены следующие переменные:

- учтены динамики за последние 5 лет;
- учтены организационные структуры предприятий;
- учтены кадровые нагрузки для реализации предлагаемых мероприятий;

- заложено не менее 3-х и не более 7% сокращенных кадров вследствие предполагаемого проведения кадрового аудита, тестирования и замещения в силу повышения эффективности работы корпоративных информационных систем. В оптимистическом прогнозе учтен приток кадров к обслуживанию резкого роста бизнес-процессов.

Таблица 26 - Прогнозы численности сотрудников ведущих железорудных предприятий Белгородской области (составлено автором)

	ОАО «СГОК»	ОАО «Комбинат КМАруда»
Современная ситуация	5989	2528
Реалистический прогноз	5815	2310
Пессимистический прогноз	3981	1813
Оптимистический прогноз	7000	2850

Применив метод экспертных оценок (упрощенный вариант) оценим вероятности сценариев по каждому пункту сценарных допущений по 10-балльной шкале.

Таблица 27 - Экспертные оценки вероятности прогнозов(составлено автором)

Сценарные допущения	Реалистический прогноз	Пессимистический прогноз	Оптимистический прогноз
наличие собственных финансовых ресурсов	7	8	4
эффективные методики продаж в компаниях-экспортерах	8	6	8
наличие достаточного количества сырья	8	4	5
наличие договоренности с логистическими компаниями	9	7	6
изменение законодательства в РФ	5	4	4
изменение модели поведения клиентов	8	9	2
изменение потребительских предпочтений	7	4	5
уровень покупательского спроса	6	4	7
уменьшение платежеспособного спроса	5	4	10
Итог	7	5,5	5,6

Рейтинговые оценки выставлялись на основы следующих данных:

ТРЕНД-динамика поведения отрасли;

PEST-анализ отрасли;

- Анализ финансового состояния компаний ОАО «СГОК», ОАО «Комбинат МКАруда», ОАО «ЛГОК».

Наиболее вероятным представляется реалистический прогноз, оптимистический прогноз маловероятен, пессимистический прогноз маловероятен, однако по некоторым сценарным допущениям риски оцениваются как достаточно высокие. Для прогнозирования рисков и их профилактики также используем метод сценарного подхода.

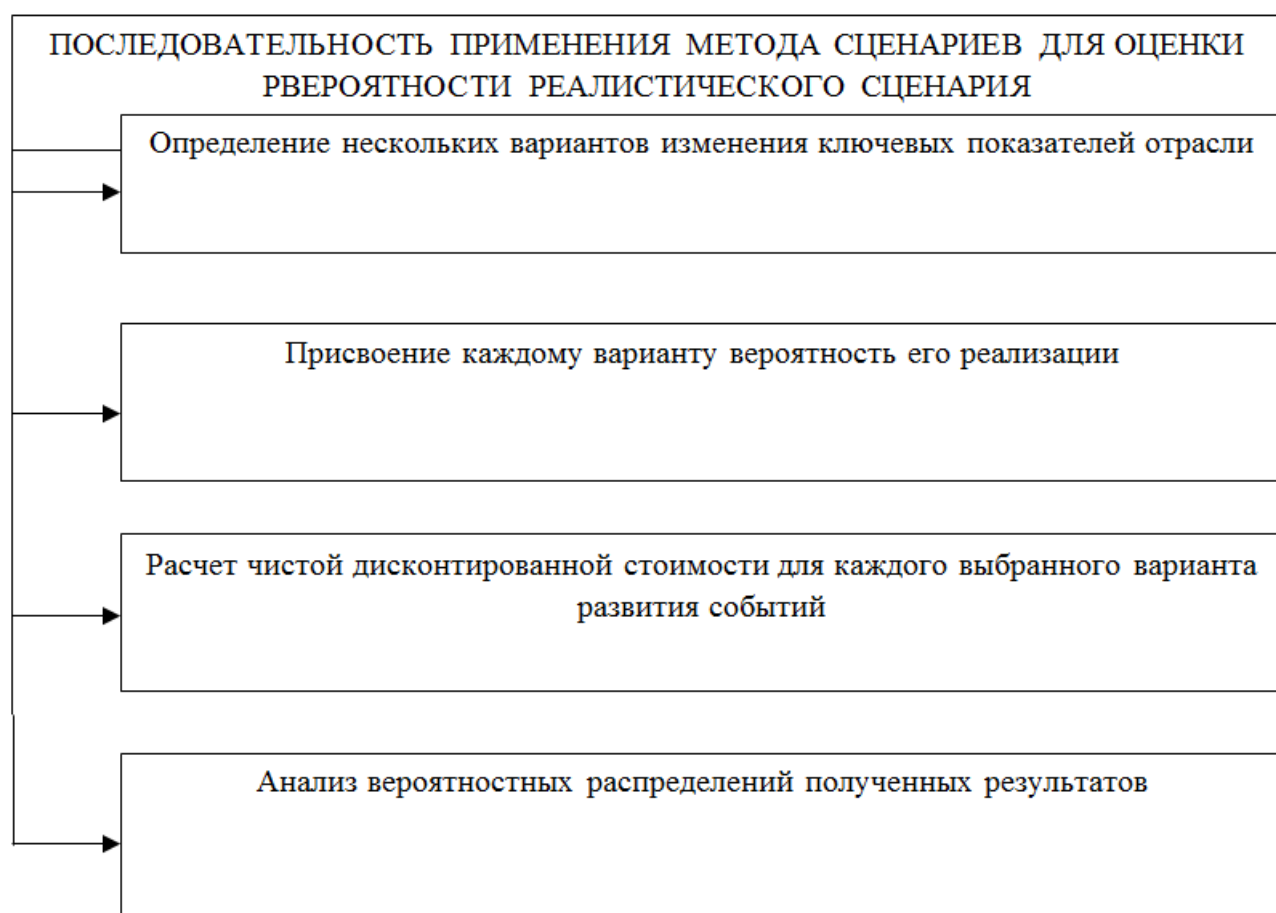


Рисунок 28 - Последовательность применения метода сценариев для оценки рисков развития отрасли (составлено автором)

Таким образом, инструментарий оценки рисков механизма ВТД в белгородской области очень широк.

Среди основных можно назвать:

- снижение количества клиентов;
- рост затрат по запуску механизма и его реализации каждого звена.

Для оценки рисков используем метод сценариев. Будут рассмотрены:

- оптимистический вариант развития событий;
- пессимистический вариант развития событий.

Пессимистический вариант предполагает, что количество покупателей горнорудной продукции снизится примерно на 10-15% в условиях политических санкций, при этом будет отмечен рост затрат по обеспечению деятельности железорудных предприятий в условиях роста конкурентной нагрузки на горнорудную продукцию – на 10-15%. Исходя из этих предпосылок, были рассчитаны финансовые результаты, а также показатели эффективности мероприятий. Финансовые результаты по пессимистическому варианту от реализации мероприятий по запуску нового механизма представлены в таблице 28.

Таблица 28 - Финансовые результаты (пессимистический вариант) (составлено автором)

Период	Выручка, млн. USD	Текущие затраты, млн. USD	Прибыль от продаж, млн. USD	Чистая прибыль, млн. USD
2015 г.	3820	4209	-389	-389
2016 г.	7901	7486	415	332
2017 г.	8169	7670	499	399
2018 г.	8447	7925	522	418
2019 г.	8734	8199	535	428

Динамика чистой прибыли от ВТД по пессимистическому варианту представлена на рисунке 29.

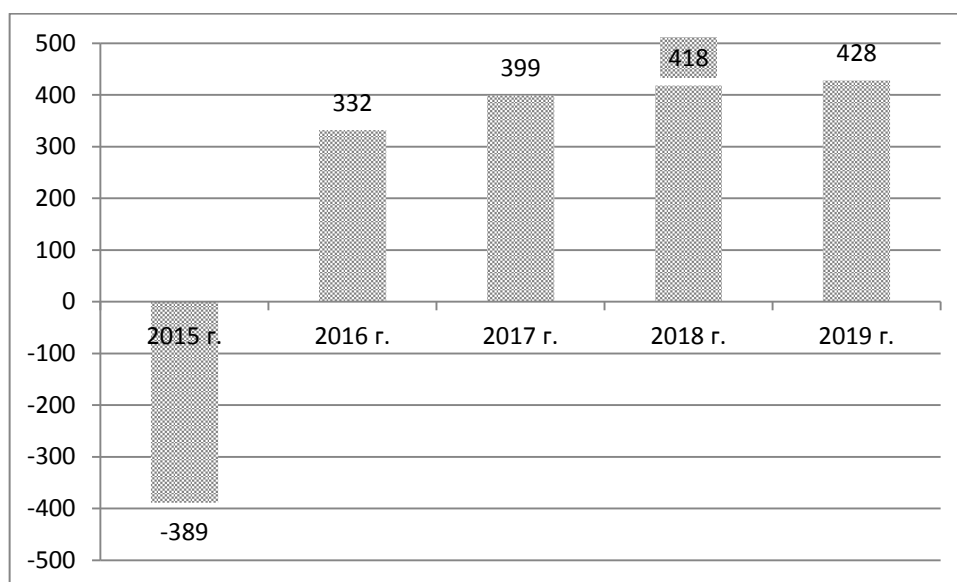


Рисунок 29 - Динамика чистой прибыли по пессимистическому варианту, млн. USD (составлено автором)

Расчет чистого дисконтированного дохода по пессимистическому варианту представлен в таблице 29.

Таблица 29 - Расчет чистого дисконтированного дохода (пессимистический вариант) (рассчитано автором)

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Денежный поток от операционной деятельности	-329	452	519	538	548
Сальдо от инвестиционной деятельности, млн. USD	-601	-	-	-	-
Денежный поток, млн. USD	-930	452	519	538	548
Коэффициент дисконтирования (Екв = 0,15)	0,87	0,76	0,66	0,57	0,50
Дисконтированный чистый денежный поток, млн. USD	-809	344	343	307	274
Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, млн. USD	-809	-465	-122	185	459
Чистый дисконтированный доход, млн. USD	459				

Таблица 30 - Финансовые результаты от реализации нового механизма ВТД
Белгородской области (оптимистический вариант)(составлено автором)

Период	Выручка, млн. USD	Текущие затраты, млн. USD	Прибыль от продаж, млн. USD	Чистая прибыль, млн. USD
2015 г.	4670	3443	1227	982
2016 г.	9657	4930	4727	3782
2017 г.	9985	5085	4900	3920
2018 г.	10325	5243	5082	4066
2019 г.	10675	5409	5266	4213

Таблица 31 - Расчет чистого дисконтированного дохода (оптимистический
вариант)(составлено автором)

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Денежный поток от операционной деятельности (чистая прибыль + амортизация)	1372	4562	4700	4846	4993
Сальдо от инвестиционной деятельности, млн. USD	-601	-	-	-	-
Денежный поток, млн. USD	771	4562	4700	4846	4993
Коэффициент дисконтирования (Екв = 0,15)	0,87	0,76	0,66	0,57	0,50
Дисконтированный чистый денежный поток, млн. USD	671	3467	3102	2762	2496
Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, млн. USD	671	4138	7240	10002	12498
Чистый дисконтированный доход, млн. USD	12498				

Таблица 32 - Сценарный анализ рисков (составлено автором)

Факторы	Пессимистический сценарий (% изменения)	Оптимистический сценарий (% изменения)	Наиболее вероятный сценарий (% изменения)
Рост затрат по функционированию железорудных предприятий	+10	-	-
Снижение покупателей	+10	-	-
Рост объемов экспорта	-	+10	-
Рост покупной стоимости товаров	-	+10	-
ЧДД, млн. USD	459	2798	1789

Наглядно изменение чистого дисконтированного дохода в зависимости от сценария развития отрасли представлено на рисунке 30.

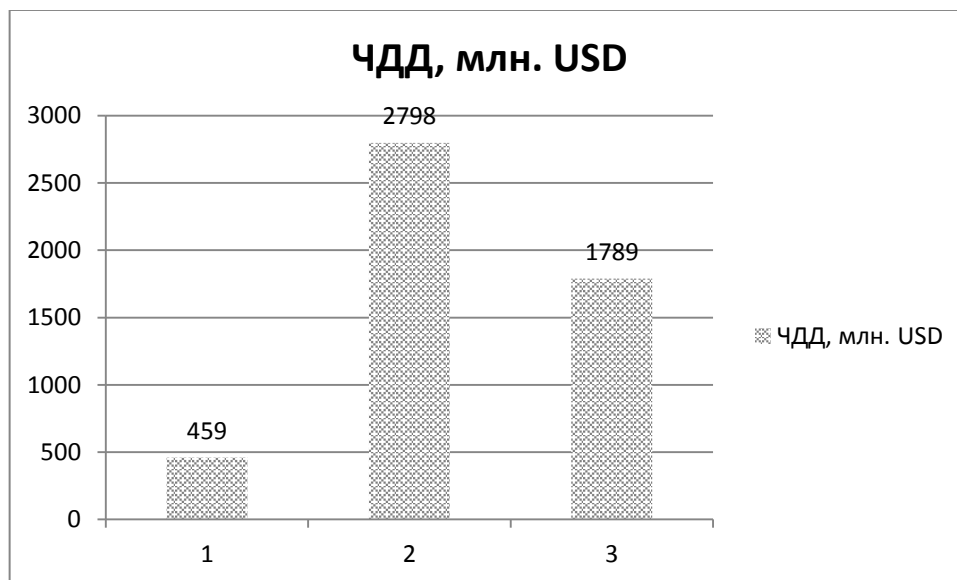


Рисунок 30 - Чистый дисконтированный доход по различным сценариям механизма, млн. USD (составлено автором)

Сценарий экспорта железосодержащего сырья построен на основе метода тренд-анализа, по данным товарной структуры экспорта Белгородской области (рисунок 31).

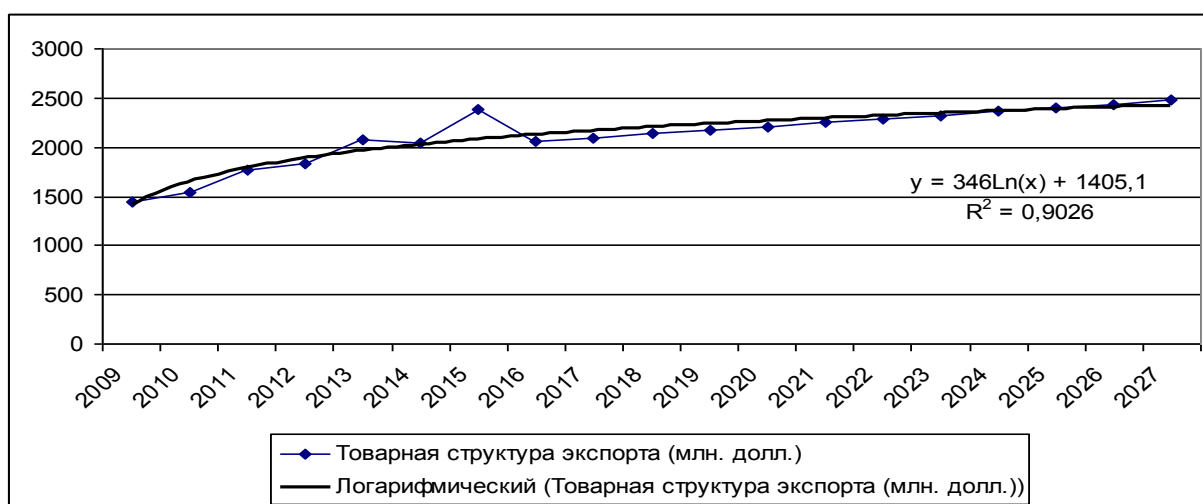


Рисунок 31 – Линия тренда развития товарной структуры экспорта ВТД железорудных предприятий Белгородской области (составлено автором)

В заключении, прогнозы были протестированы по методу анализов рисков FERMA. Целью тестирования было определение точки толерантности к риску для максимизации достижения оптимистического прогноза и минимизации допущения пессимистического прогноза.

Например, Стандарт FERMA задает четыре типа рисков: стратегические, финансовые, операционные и риски опасностей. Кроме того, существуют внешние и внутренние факторы рисков.

Таблица 33 - Риски механизма внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области (составлено автором)

Тип риска	Степень риска	В чем он будет заключаться	Тип риска по FERMA	Меры по устранению
Торговый риск	Высокая	Риск снижения объемов продаж, переориентации покупателей на другие регионы	Стратегический, финансовый, операционный	Разработка программ по стимулированию сбыта (специальные акции, скидки, бонусные программы, дисконтные карты и др.)
Политический риск	Средняя	Изменение законодательства. Расширение санкционной	Стратегический	Постоянный мониторинг ситуации в стране

		политики		
Валютный риск	Средняя	Риск варьирования пар «доллар-евро», «доллар-рубль», «евро-рубль»	Финансовый	Мониторинг изменения курсов валют
Динамический риск	Высокая	Риск варьирования покупной стоимости товаров	Финансовый	Мониторинг изменения закупочных цен, изучение рынка поставщиков, постоянная работа по поиску новых поставщиков
Транспортные риски	Высокая	Задержка поставки товаров	Операционный	Заключение договора с логистической компанией, которая зарекомендовала себя на рынке как исполнительный партнер

Проведем анализ идентифицированных рисков. В качестве показателя приемлемости риска выберем требуемый объем финансирования в размере 300 млн. USD, что составляет 7 % от выручки. Сформируем две шкалы анализа: ущерб и вероятность его достижения:

Шкала по Ущербу:

- МАЛЫЙ - от 0 до 60 млн. USD
- СРЕДНИЙ - от 60 до 120 млн. USD
- БОЛЬШОЙ - от 120 до 300 млн. USD
- НЕ ПРИЕМЛЕМЫЙ - от 300 млн. USD

Шкала по Вероятности:

- НЕБОЛЬШАЯ - от 0 до 20%
- СРЕДНИЙ - от 20% до 40%
- ВЫСОКАЯ - от 40% до 100%

После принятия превентивных мер мероприятия по развитию ВТД значительно повысили уровень управляемости. Снижены уровни значительных угроз внешнеторговой деятельности. Основная масса угроз перешла в разряд «Малый ущерб».

Для всех сценариев обновление основных фондов осуществляется в течение всего расчетного периода.

Информация по объемам производства продукции сценария «Современная ситуация» определена на основе системного анализа отрасли. Для сценариев

«Реалистический прогноз», «Пессимистический прогноз» и «Оптимистический прогноз» объемы определены на основе прогнозных оценок годовых объемов реализуемой продукции отрасли (объема продаж) промышленных и торговых предприятий, а также с учетом развития внешних факторов, воздействующих на отрасль.

Анализируя вышеуказанные сценарии развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, можно сделать вывод, что «Реалистичный прогноз» является наиболее реалистичным.

Заключение

1. Выявлена значимость горнорудного сегмента черной металлургии в экспорте Российской Федерации продукции собственного производства, что позволило сформулировать концептуальные направления теории развития отечественной железорудной промышленности. Систематизированы научные основы развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Российской Федерации; уточнена экономическая сущность внешнеторгового развития железорудных предприятий, что позволило теоретически обосновать необходимость нового организационно-экономического развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в современных условиях, особенно в силу различного географического положения и политических событий.

2. Предложена концептуальная модель развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий, на основе формирования их сбалансированной промышленной и торговой политики. Отличительной особенностью модели определение критерия сбалансированности производства и экспорта продукции и использование инструментов стратегического планирования для создания объективных условий повышения конкурентоспособности предприятий на зарубежных рынках, а также обеспечения устойчивости регионально-отраслевой экономики.

3. Разработан организационно-экономический механизм, включающий цели, задачи, принципы, критерии, показатели, методы, а также экономические, организационные и инфраструктурные условия развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий в условиях перехода к инновационной экономике. Организационно-экономический механизм предполагает разработку и реализацию мероприятий отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, касающихся стимулирования экспорта на основе комбинированной прогрессивно-регрессивной системы таможенных пошлин и использование сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности регионального сегмента железорудной промышленности.

4. Определены основные мероприятия отраслевого раздела программы социально-экономического развития региона, связанные с поддержкой внешнеторговой деятельности железорудных предприятий Белгородской области и

направленные на поддержку и стимулирование экспорта продукции. Координация разработки и реализации указанных мероприятий осуществляется как органом регулирования промышленным комплексом региона, так и вновь создаваемой организационной структурой – региональным отделением союза экспортеров, в функции которых предлагается включить индикативное планирование и согласование объемов производства и экспорта продукции как условия для повышения экономической устойчивости регионального сегмента железорудной промышленности.

5. Разработана методика сценарного прогноза развития внешнеторговой деятельности железорудных предприятий на примере Белгородской области, включающая формирование пессимистического, оптимистического и наиболее вероятного сценариев экспорта продукции. Использование методики позволило оценить ожидаемый прирост экспорта железорудной продукции на основе модернизации производства, внедрения инновационных технологий внешнеторговой деятельности и стимулирования деловой активности экспортеров, обеспечивающих повышение конкурентоспособности продукции на зарубежных рынках.

Список использованной литературы и информационных источников

1. Федеральный закон № 183-ФЗ от 18.07.1999 г. «Об экспортном контроле».
2. Федеральный закон № 164-ФЗ от 08.12.2003г. «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».
3. Постановление Правительства Белгородской области от 25 января 2010 г. N 27-пп «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года».
4. Постановление Правительства РФ от 13 сентября 2012 г. N 923 "Об утверждении перечня стратегически важных товаров и ресурсов для целей статьи 226.1 Уголовного кодекса Российской Федерации".
5. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 328 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности».
6. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 05.05.2014 N 839 "Об утверждении Стратегии развития черной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года и Стратегии развития цветной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года".
7. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 18.03.2009 N 150 "Об утверждении стратегии развития металлургической промышленности России на период до 2020 года".
8. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 5 мая 2014 г. № 839 "Об утверждении Стратегии развития черной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года и Стратегии развития цветной металлургии России на 2014 - 2020 годы и на перспективу до 2030 года".
9. Аакер Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд. - СПб.: Питер, 2012. - 352 с.: ил.
10. Аакер Д. Создание сильных брендов: Пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. - 440 с.

11. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. - 7-е изд. / пер. с англ. Под ред. С.Г.Божук. - СПб.: Питер, 2011. - 496 с.: ил.
12. Авдонин Б.Н., Балычев С.Ю. и др. Развитие теории и практики управления предприятиями высокотехнологичного комплекса. / Под общей редакцией Авдонина Б.Н., Батьковского А.М., Божко В.П. – М.: МЭСИ, 2013. – 366 с.
13. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / Игорь Ансофф; Пер. с англ. Под ред. А.Н.Петрова. - М.: ЗАО "Бизнеском", 2010. - 344 с.: ил.
14. Архипов В.Я. Экономика Австралии в десятилетия подъема и в годы мирового финансового кризиса – М.: ООО «Издательство МБА», 2011. – 320 с.
15. Афоничкин, А.И. Управление внешнеэкономическим потенциалом промышленных предприятий: монография / А.И.Афоничкин, П.В.Манин, Т.И.Чиранова; Саран.кооп.ин-т Рос ун-та кооперации. – Саранск, 2012. - 248 с.
16. Балабанов, И.Т. Внешнеэкономические связи : : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. - 2. изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика , 2001 – 540с.
17. Баранов, В.Д. основы правового регулирования внешнеторговой деятельности России: учебное пособие / В.Д.Баранов. – М.: Изд-во РАГС, 2009. – 296 с.
18. Бланк И.А. «Управление торговым предприятием» - М., 2009 г., 309 с.
19. Большой Российский энциклопедический словарь. – М.:, 2008. – 1887 с.
20. Буданов И.А. Черная металлургия в экономике России. - М.: МАКС Пресс, 428 с.: ил.
21. Буданов И.А.Развитие металлургии зависит от перехода экономики РФ к модели инвестиционного роста // Сталь. - 2016. - №6. - С. 82-89.
22. Бурдина А.А., Брусиловская Е.А., Тришин А.Н. Организационно-экономический механизм управления интеллектуальным капиталом предприятия авиационной промышленности. – М.: Изд-во МАИ, 2016. – 184 с.: ил.
23. Бурмистров, В.Н. Актуальные проблемы международной торговли : учебник / В.Н. Бурмистров. - М.: Изд-во "Весть", 2004. - 274 с.

24. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование и приемы практических расчетов : учебное пособие / М.М. Бутакова. – 2-е изд., испр. – М.: КНОРУС, 2010. – 168 с.
25. Варичев А.В., Кретов С.И., Кузин В.Ф. Крупномасштабное производство железорудной продукции в Российской Федерации / Под научн.ред. В.Ф. Кузина. – М.: Издательство «Горная книга», Издательство Московского государственного университета, 2010. – 395 с.
26. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 5-е изд. стереотипн. - М.: Магистр : ИНФРА-М, 2014. - 576 с.
27. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Л.Е.Стровского. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 503 с.
28. Воронкова О.Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: Учеб. пос. / О.Н. Воронкова. – М.: Инфра-М, 2006. – 495 с.
29. Воронкова О.Н. Внешнеэкономический фактор социально-экономического развития России и ее регионов: монография / О.Н. Воронкова, Е.А. Мальцева, В.Г. Марголин, М.Х. Халитов; под общ. ред. В.И. Самофалова. Ростов н/Д.: Рост. гос. экон. ун-т, 2002.
30. Воронкова, О.Н. Трансформационные изменения в мировой экономике: теоретико-методологическое представление : моногр. - Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2013. - 167 с.
31. Глаголев, С.Н. Жизненный цикл проекта и его структуризация: определение начальной стадии развития горнорудного предприятия / С.Н. Глаголев, В.Л. Тарадай, К.И. Логачев // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – №1(41). – С. 142-146.
32. Гоголева Т.Н. Международная экономика. / Гоголева Т.Н., Ключищева В.Г., Хаустов Ю.И. – М.: Изд-во КноРус, 2005. – 126 с.
33. Горшков, В.Г. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст]: учебное пособие / В.Г.Горшков, В.И.Ермолаев, О.В.Титова. – Барнаул : Изд-во ААЭП, 2015. – 184 с.

34. Гринин Л. Е. Государство и исторический процесс. Политический срез исторического процесса. – М.: УРСС, 2007.
35. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: учеб.пособие. - 2-е изд., перераб. - М.:Издательство "Дело" АНХ, 2008. - 288 с.
36. Диксон П.Р. Управление маркетингом / П.Р. Диксон; под общ. ред. Ю.В. Шленова; пер. с англ. М.: Бином, 1998.
37. Дрижд Н.А., Белозерова И.А. Бенчмаркинг в системе менеджмента современного предприятия: учебное пособие / Н.А. Дрижд, И.А. Белозерова. – Ставрополь 2014. – 82 с.
38. Друганов Р.С. Формирование государственной системы субсидирования экспорта высокотехнологичной продукции в России в условиях ВТО: монография, - М.: Изд-во РГТЭУ, 2012, 150 с.
39. Друкер, П. Эффективный руководитель / Пиер Друкер ; пер. с англ. О.Чернявской. - 3-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 240 с.
40. Друкер, Питер Практика менеджмента / Питер Друкер ; пер. с англ. И.Веригина ; [научн. Ред. Н.Насикан]. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 416 с.
41. Дубровский В. Ж. Институционализация антикризисной роли государства. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008.
42. Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. Экономика, политика, право: монография. - 2-е изд., дополн. / И.И.Дюмулен; ВАВТ Минэкономразвития России. - М.: ВАВТ, 2012. - 358 с.
43. Зиядуллаев Н.С. СНГ: Дорога в третье тысячелетие. - М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002. - 210 с.
44. Зуева С.В. Зарубежный опыт социально - экономического развития территорий // Вестник НГИЭИ. - 2012. - № 1. - С. 51-59.
45. Инновационная экономика: информация, анализ, прогнозы [Текст] :] : монография / [Рудакова О. В. и др.] ; под общ. ред. Шманева С. В. ; М-во образования и науки Российской Федерации, Орловский гос. ин-т экономики и торговли Орел : Изд-во ОрелГИЭТ , 2011 - 223 с.

46. Институциональная экономика и современное управление [Текст] : монография \ под ред. Чл.-корр. РАН Г.Б.Клейнера ; Государственный университет управления. - М.: Издательский дом ГУУ, 2016. - 362 с.
47. Калашникова, И.В. Внешнеторговая деятельность промышленного предприятия: монография /И.В.Калашникова, Е.В.Корешева. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2013. – 154 с. (гл.1.1.).
48. Карлик А.Е., Рогова Е.М., Тихонова М.В., Ткаченко Е.А. Инвестиционный менеджмент: Учебник. СПб.: Издательство Вернера Регена, 2008. - 216 с.
49. Квинт, В. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке. М.: Бизнес Атлас, 2012. С. 126.
50. Кинг Дж., Скакун Дж. Неписанные законы биснеса. - СПб.: Питер, 2009. - 176 с.: ил.
51. Клилагд Д., Кинг В. Системный анализ и целевое управление. Пер. с англ. М., "Сов. Радио", 1974. - 280 с.: ил.
52. Кныш М.И., Иванова Н.В., Шахманова О.А. Разработка инветсионного преокта использованием программного продукта Project Expert: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. - 105 с.
53. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Амстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. М.; СПб.; Киев: Издат дом «Вильямс», 2002.
54. Крутик А.Б. Управление инновациями в сервисе: учебное пособие (для магистров) / А.Б. Крутик. - СПб.: Астерион, 2011. - 240 с.
55. Крутик А.Б., Серба В.Я. Предпринимательские решения: монография / А.Б.Крутик, В.Я. Серба. - СПб.: Астерион, 2016. - 194 с.
56. Крятов Б.Н. Железорудная отрасль России. Проблемы сырьевой базы // Минеральные ресурсы России. - 2006. - № 1. - С. 8-13.
57. Лебедев, Д.С. Институциональная трансформация внешней торговли России [Текст] / Д. С. Лебедев Москва : Экономика , 2013 - 159 с.
58. Линдгрэн М. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией / Матс Линдгрэн, Ханс Бандхольд / [Пер. с англ. И.Ильиной]. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2009. – 256 с.: ил.

59. Лясников Н.В., Успенская Н.Т. //Инновационная активность промышленных предприятий: экзогенные и эндогенные факторы // Путеводитель предпринимателя. 2014. № 23. С. 191-199.
60. Матвеева, Т. Ю. Введение в макроэкономику : учеб. пособие / Т. Ю. Матвеева ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – 7-е изд. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 511 с.
61. Маховикова Г.А. Ценообразование во внешнеторговой деятельности: учебное пособие / Г.А. Маховикова, Е.Е. Павлова. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. - 83 с.
62. Маховикова Г.А., Павлова Е.Е.Внешеэкономическая деятельность: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2009 г.
63. Маховикова, Г.А. Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник / Г.А.Маховикова, Т.Г.Касьяненко. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 464 с.
64. Международные экономические отношения. Международный бизнес: учебник. Под ред. А.Ю. Архипова, Е.П. Пузаковой. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.
65. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М.: Дело, 2002.
66. Механизм внешнеэкономической деятельности региона с использованием маркетинговых стратегий // Вестник Чувашского университета. – 2008. - № 3. – С.
67. Минцберг Г. Менеджмент: Природа и структура организаций / Генри Минцберг ; Пер.с англ. О.И.Медведь. - М.: Эксмо, 2009. - 595 с.: ил.
68. Мухатдинов Н.Х., Бродов А.А., Косырев К.Л., Павлов А.А. О стратегии развития черной мтеаллургии России на период до 2030 г. // Проблемы черной металлургии и материаловедения. - 2014. - №3. - С. 84-88.
69. Николаев К.П. Современная история железорудного дела на территории России и сопредельных государств. – М.: Мастер, 2015. – 320 с.
70. Новиков Л.Н. Лебединский ГОК: новые рубежи // Горный журнал. - 2000. - № 6. - С. 84-91.
71. Организация экспортной деятельности промышленного предприятия в условиях вхождения в ВТО: учебное пособие / Ш.М. Валитов, А.Г. Гилемханов. – Москва : Проспект, 2015. – 80 с.

72. Орешкин В.А. Внешнеэкономический комплекс России в условиях интеграции в мировую хозяйств. - М.:ИМЭМО РАН, 2002. - 265 с.
73. Орлов Д.В., Штанский В.А. Управление взаимодействием промышленной и торговой политики металлургических предприятий // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. - 2010. - №6(112). - С. 120-126.
74. Панков Э.И. Экономика Бразилии: уч. пособие / Моск. гос. ин-т межд. отношений (ун-т) МИД России, кафедра мировой экономики. – М.: МГИМО – Университет, 2012. – 194 с.
75. Петросян А.Д. Зарубежный опыт организации и государственного регулирования внешней торговли. Брошб. – М.:Прометей, МПГУ, 2010. – 60 с.
76. Петросян А.Д. Организация и регулирование внешнеторговой деятельности. Учебное пособие.- М.: НОУ ВПО «ИМЭИ», 2011. – 129 с.
77. Петросян А.Д. Совершенствование управления внешнеторговой деятельностью в отраслях промышленности России. Теория и практика : монография /А.Д.Петросян. – М.: Издательство «Палеотип», 2012. – 184 с.
78. Петросян Д.С. Экономическая политика государства: социальная справедливость в экономических отношениях : учеб.пособие / Д.С. Петросян, В.В. Безпалов, С.А. Лочан. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 214 с.
79. Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность : учебник для бакалавриата и магистратуры / В.В. Покровская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2014. - 731 с.
80. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; Пер. с англ. - 4-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2011. - 453 с.
81. Портер, Майкл Э. Конкуренция, обновленное и расширенное издание: Пер. с англ. - М.: ООО "И.Д.Вильямс", 2010. - 592 с.: ил.
82. Приграничное сотрудничество регионов России, Беларуси и Украины. – ЦИИ ЕАБР, 2013. – 100 с.
83. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник. М.: Дашков и К, 2011 г.

84. Прокушев Е.Ф., Лебедева С.Н. Внешнеторговая документация: Учебное пособие. – Белгород: Издательство БУКЭП, 2013. – 149 с.
85. Промышленная политика России: политэкономические и региональные аспекты: монография / В.С. Осипов, В.О.Евсеев, Н.А. Невская, Т.В.Скрыль, Е.В.Шавина; под общ.ред. В.С.Осипова. – М.:Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 192с.
86. Райзберг, Б.А., Туляков, А.В. Стратегическое планирование и управление социально-экономическими объектами / Б.А. Райзберг, А.В. Туляков. - Москва : экономика, 2016. - 223 с.
87. Регионализация внешнеэкономических связей в России и соседних странах: Сборник / Отв.ред. Л.Б.Вардмский, А.Г.Пылин. - М.: ИЭ РАН, 2014. - 175 с.
88. Рикардо, Давид (1772-1823) : Ricardo, David (1772-1823) : Начала политической экономии и налогового обложения : избранное / Давид Рикардо ; [пер. с англ. Сраффа П.] Москва : Эксмо , 2009 – 953с., с.ил., табл.;24 см. - (Антология экономической мысли). - Указ.. - Библиогр.: с. 942-950. - Пер.: Ricardo, David. Principles of Political Economy and Taxation : Selected Works
89. Рингланд, Джилл. Сценарное планирование для разработки бизнес-стратегии, 2-е изд.: Пер. с англ. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 560 с. : ил.
90. Российское обрабатывающее производство зарубежных корпораций: глобальные управленческие практики и воздействие на местные институты [Текст] : докл. К XV Апр. Междунар. Науч. Конф. Нац. Исслед. Ун-та "Высшая школа экономики" по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1-4 апр. 2014 г. / И.Б. Гурков; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики" - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. - 59 с.
91. Ростоцкий Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / Ю.М. Ростоцкий, В.Ю. Гречков. – 2-е изд., с изм. – М.: Экономистъ, 2005. – 589 с.
92. Савченко, А.Б. территориальное развитие России как ведущего экспортера на глобальных сырьевых рынках / А.Б.Савченко. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. – 276 с.

93. Сакс, Джеффри Д. : Макроэкономика. Глобальный подход / / Джеффри Д. Сакс., Фелипе Ларрен Б.; [Пер. с англ. О. В. Буклемишев и др.]; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации М. : Дело , 1999 - 847 с.4
94. Симонова Л.М. Поддержка экспорта и доступа на зарубежные рынки в различных странах (в рамках Национальной предпринимательской инициативы по улучшению инвестиционного климата в Российской Федерации): монография / под ред. Л.М. Симоновой – Тюмень: ТюмГУ, 2014. – 265 с.
95. Смитиенко Б.М. Международные экономические отношения. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 528 с.
96. Современные внешнеэкономические связи. Монография. Аттокурова Н.С. – Бишкек : Изд-во КРСУ, 2003. – 102 с.
97. Спартак А.Н. Россия в международном разделении труда: Выбор конкурентоспособной стратегии: Монография. – М.: МАКС Пресс, 2004. – 524 с.
98. Стратегия на практике / К.Боумен. - СПб.: Питер, 2003. - 251 с.: ил.
99. Субсидии бюджетным и автономным учреждениям: порядок предоставления и практика учета. – Издательство – ЗАО «МЦФЭР», 2013 – 61 с.
100. Сухорученков А.И. Состояние и проблемы развития железорудной промышленности России // Горный журнал. - 2000. - № 6. - С. 82-83.
101. Техничко-экономические показатели горных предприятий за 1990-2004 гг. – Екатеринбург: ИГД УрО РАН. – 2005. – 404 с.
102. Технолоии внешнеторговых сделок : Учебник/ С.И.Долгов, К.В.Холопов, Ю.А.Савинов и др. - 2-е изд., перераб. и доп.; Под общ. Ред. К.В.Холопова; ГОУВПО Всероссийская академия внешней торговли Минэкономразвития России. - М.: ВАВТ, 2010. - 694 с.
103. Томпсон-мл., Артур, А., Питереф, Маргарет, Гэмбл, Джон, Стрикленд III, А., Дж. Стратегический менеджмент: создание конкурентного преимущества, 19-е изд.: Пер. с англ.- М. : ООО "И.Д.Вильямс", 2015. - 592 с. : ил.
104. Управление внешнеэкономическим потенциалом промышленных предприятий : монография / А.И.Афоничкин, П.В.Манин, Т.И.Чиранова; Саран.кооп.ин-т Рос ун-та кооперации. – Саранск, 2012. – 248 с.

105. Управление инновациями [[Текст] :] : учебное пособие : для студентов высших учебных заведений / [Васильев В. П. и др.] ; под общ. ред. В. П. Васильева ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Высш. шк. упр. и инноваций Москва : Дело и Сервис, 2011 - 391 с.
106. Управление персоналом организации: Учебник Под ред. А.Я. Кибанова ,— 4-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М,2010. — 695 с. — (Высшее образование)., 2010
107. Усова А.В., Магрупова З.М. Внутрифирменное планирование в условиях внешнеэкономической деятельности: Учеб.пособие. – Череповец: ЧГУ, 2013 – 142 с.
108. Уточкин Ю.И., Смирнов Н.А. Прогноз инвестиций в черную металлургию России после кризисного спада // ЭлектроМеталлургия. - 2010. - №8. - С.45-48.
109. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Под редакцией: Грязнова А. Г. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 1166 с.
110. Халевинская Е.Д. Торговая политика : учеб.пособие / Е.Д. Халевинская. – М. : Магистр : Инфра-М, 2015. – 304 с.
111. Халевинская Е.Д. Торговая политика : учеб.пособие / Е.Д.Халевинская. – М.: Магистр : Инфра-М, 2015. – 304 с.
112. Чуплыгин, Г.Н. Реинжиниринг бизнеса : конспект лекций для студ.оч. и заоч. Обуч. Эконом. Спец-тей / Г.Н. Чуплыгин. – Н.Новгород : Изд-во ФГБОУ ВО «ВГУВТ», 2015. – 92 с.
113. Штанский В.А., Преображенский А.С., Краснов Н.А. Инвестиционный климат в черной мтеаллургии и в металлопортебляющих отраслях России // Экономика в промышленности. - 2012. - №2. - С. 3-8.
114. Шумаев В.А., Морковкин Д.Е., Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Организационно-экономические аспекты управления инновационным развитием промышленности / В.А. Шумаев, Д.Е. Морковкин, В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова // Механизация строительства. -2015. -№ 3. -С. 50-59.
115. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А.Шумпетер ; [Текст]. - М.: Эксмо, 2007. - 864 с.
116. Шумпетер, Й. Десять великих экономистов от Маркса до Кейнса [Текст]. - М.: Изд. Института Гайдара, 2011. - 416 с.

117. Экономические аспекты управления качеством металлопродукции в черной металлургии. Бродов А.А., Склокин Н.Ф, Плосина З.С. М.: Металлургия, 1986. - 168 с.

Интернет-источники:

118. Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Австралии за 2015 год
http://91.206.121.217/TpApi/Upload/39b366ae-3eb9-4dbf-a5bb-58cf5a67adad/Economics_Australia_2015.pdf

119. Годовой отчет компании VALE http://www.vale.com/EN/investors/information-market/Press-Releases/ReleaseDocuments/2016%202Q%20Vale%20IFRS%20USD_i.pdf

120. Годовой отчет ОАО «Лебединский ГОК»
<http://www.metalloinvest.com/investors/reports/>

121. Годовой отчет ОАО «Стойленский ГОК» за 2015 год.
http://www.sgok.ru/uploads/files/Otchet_2015.pdf

122. Горнопромышленный портал России <http://www.miningexpo.ru/company/4357>

123. Информационно-аналитический центр Минерал <http://www.mineral.ru/>

124. Информационный интернет ресурс АвтоТрансИнфо
<http://ati.su/Media/PrintNews.aspx?ID=54956м>

125. План развития Бразилии в экономической и финансовой политике
<http://www.bcb.gov.br/ingles/FinPub/cap8i.pdf>

126. Портал внешнеэкономической информации Министерства экономического развития РФ

127. Портал Министерства промышленности и торговли Российской Федерации
<http://minpromtorg.gov.ru/>

128. Сценарные условия, основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации и предельные уровни цен (тарифов) на услуги компаний инфраструктурного сектора на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов. Министерство экономического развития РФ
<http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/c804fd9b-7418-4f12-b075-9923e54ed9b4/%D1%F6%E5%ED%E0%F0%ED%FB%E5+%F3%F1%EB%EE%E2%E>

8%FF_2016-2018.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=c804fd9b-7418-4f12-b075-9923e54ed9b4

129. Сайт: Информационный интернет-ресурс Белгородстат <http://belg.gks.ru/>

130. Сайт: Профиль рынка Австралии
<http://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Export-markets/Countries/China/Market-profile>

131. Сайт: Российско-бразильский информационный проект о Бразилии
<http://www.russobras.ru/international-trade-relations.php>

132. Сайт Федеральной таможенной службы <http://www.customs.ru/opendata/>

Приложения

Приложение 1. Экспорт РФ 2012 – 2015 гг. в разрезе стран-экспортеров[47]

№ пп	Страна	Экспорт РФ по странам, млн. \$			
		2012 год	2013 год	2014 год	2015 год, 1 пол-е
	Весь Мир	524 697,42	527 242,30	497 833,70	151 900,40
1	ЕС	255 869,61	265 090,50	267 900,78	75 978,80
1.1	АВСТРИЯ	1 261,66	1 097,66	1 117,49	363,70
1.2	БЕЛЬГИЯ	6 353,08	7 181,58	9 649,25	3 017,80
1.3	БОЛГАРИЯ	4 059,37	2 094,08	1 560,86	696,80
1.4	ВЕНГРИЯ	6 301,49	5 763,46	5 898,86	1 495,60
1.5	ГЕРМАНИЯ	32 394,39	34 745,48	36 807,94	11 703,10
1.6	ГРЕЦИЯ	5 019,94	6 067,27	4 036,54	952,10
1.7	ДАНИЯ	1 519,62	1 385,23	2 878,01	904,40
1.8	ИРЛАНДИЯ	203,11	311,25	343,20	88,60
1.9	ИСПАНИЯ	5 359,27	5 537,21	5 802,86	1 181,00
1.10	ИТАЛИЯ	29 592,91	36 754,67	36 360,62	11 446,20
1.11	КИПР	1 971,00	1 941,35	470,74	131,50
1.12	ЛАТВИЯ	8 141,47	9 582,26	14 458,22	3 542,40
1.13	ЛИТВА	5 150,96	5 814,96	3 832,71	1 269,40
1.14	ЛЮКСЕМБУРГ	4,18	13,86	9,51	21,30
1.15	МАЛЬТА	2 005,37	3 557,90	2 370,17	1 074,40
1.16	НИДЕРЛАНДЫ	71 623,41	66 292,71	67 213,81	18 308,30
1.17	ПОЛЬША	18 631,61	18 126,21	17 410,66	4 163,00
1.18	ПОРТУГАЛИЯ	497,06	611,96	258,79	94,90
1.19	РУМЫНИЯ	1 663,08	1 505,91	1 309,03	588,00
1.20	СЛОВАКИЯ	5 567,88	5 473,82	5 954,05	1 654,20
1.21	СЛОВЕНИЯ	308,23	210,54	321,87	64,30
1.22	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	13 935,19	15 309,32	14 959,10	3 278,80
1.23	ФИНЛЯНДИЯ	10 635,74	12 574,94	12 215,59	3 331,20
1.24	ФРАНЦИЯ	9 885,51	8 823,98	7 591,21	2 366,40
1.25	ХОРВАТИЯ	0,00	1 052,99	1 008,96	383,10
1.26	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	4 411,64	5 434,42	5 350,90	1 386,40
1.27	ШВЕЦИЯ	5 992,95	4 061,08	4 979,18	1 300,80
1.28	ЭСТОНИЯ	3 378,06	3 763,89	3 730,67	1 169,90
1.29	СТРАНЫ ЕС	1,43	0,52	0,00	1,20
2	АТЭС	84 979,47	93 258,21	99 427,98	34 233,30
2.1	АВСТРАЛИЯ	101,04	70,63	133,11	42,30
2.2	БРУНЕЙ-ДАРУССАЛАМ	0,00	0,00	0,00	0,10
2.3	ВЬЕТНАМ	1 323,04	1 362,59	1 315,99	593,70
2.4	ГОНКОНГ	1 377,39	2 980,28	1 060,44	415,40

2.5	ИНДОНЕЗИЯ	1 197,02	1 179,04	1 074,12	249,40
2.6	КАНАДА	320,77	414,76	604,77	226,80
2.7	КИТАЙ	33 193,56	33 132,14	37 639,73	11 789,20
2.8	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	12 933,63	14 032,77	15 275,40	5 869,50
2.9	МАЛАЙЗИЯ	263,98	1 161,56	1 669,62	331,50
2.10	МЕКСИКА	462,90	801,30	1 077,60	442,60
2.11	НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ	8,67	255,10	765,24	145,70
2.12	ПАПУА НОВАЯ ГВИНЕЯ	0,31	0,21	1,62	1,30
2.13	ПЕРУ	350,44	379,71	263,89	227,60
2.14	СИНГАПУР	1 309,48	1 753,15	3 095,99	1 256,20
2.15	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	12 275,07	10 727,38	9 570,17	3 809,20
2.16	ТАИЛАНД	1 378,41	1 282,65	1 246,88	274,90
2.17	ТАЙВАНЬ (КИТАЙ)	3 036,70	4 037,50	4 276,08	1 308,40
2.18	ФИЛИППИНЫ	1 032,35	1 369,72	856,61	149,20
2.19	ЧИЛИ	27,73	46,22	43,83	27,80
2.20	ЯПОНИЯ	14 386,98	18 271,50	19 456,87	7 072,50
3	СНГ	73 717,48	68 110,39	69 431,16	18 629,40
3.1	АЗЕРБАЙДЖАН	2 676,27	2 843,99	3 185,73	1 048,50
3.2	АРМЕНИЯ	827,72	898,08	858,70	419,20
3.3	БЕЛАРУСЬ	23 627,08	18 483,07	19 841,35	6 237,00
3.4	КАЗАХСТАН	14 528,09	16 045,06	12 848,89	4 394,00
3.5	КИРГИЗИЯ	1 496,48	1 917,05	1 699,77	608,30
3.6	МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА	1 426,02	1 160,22	1 467,41	524,30
3.7	ТАДЖИКИСТАН	625,43	675,24	821,36	279,30
3.8	ТУРКМЕНИЯ	1 031,33	1 372,82	854,75	306,60
3.9	УЗБЕКИСТАН	2 103,76	2 537,70	2 890,53	975,00
3.10	УКРАИНА	25 375,30	22 177,16	24 962,68	3 837,20
4	ЕВРАЗЭС	40 277,08	37 120,42	33 548,93	11 050,20
5	ТС	38 155,28	34 528,12	0,00	0,00
5.1	АРГЕНТИНА	283,15	392,32	285,92	44,20
5.2	БРАЗИЛИЯ	2 096,31	1 883,03	1 901,28	836,80
5.3	ВИРГИНСКИЕ ОСТРОВА, БРИТАНСКИЕ	192,60	136,08	96,70	44,10
5.4	ЕГИПЕТ	3 017,12	2 219,93	3 715,14	1 368,50
5.5	ИЗРАИЛЬ	1 445,70	2 005,05	1 810,38	700,30
5.6	ИНДИЯ	6 836,07	6 044,41	5 343,94	2 206,70
5.7	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	1 845,90	1 098,38	858,46	365,00
5.8	КУБА	150,60	139,19	57,28	35,20
5.9	МОНГОЛИЯ	1 723,85	1 429,59	1 368,39	472,80
5.10	НОРВЕГИЯ	885,22	753,11	815,80	292,70
5.11	ТУРЦИЯ	25 651,92	23 591,03	24 352,11	9 182,40
5.12	ШВЕЙЦАРИЯ	9 877,76	8 914,46	4 603,75	1 244,80

5.13	ЮЖНАЯ АФРИКА	166,91	269,37	291,02	67,10
5.14	ГРУЗИЯ	377,76	494,80	391,67	177,90
5	Прочие	17 424,70	16 884,30	15 181,95	6 020,40

Приложение 2. Разложение экспорта РФ по регионам[47]

№ пп	Федеральные округа и субъекты РФ	Экспорт РФ по субъектам, млн. \$	
		2013 г.	2014 г.
	ИТОГО:	527 242,30	497 833,70
1	ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	257 296,40	255 352,70
1.1	БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	3 413,50	3 176,00
1.2	БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	358,70	362,70
1.3	ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	948,70	980,90
1.4	ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 587,20	1 542,40
1.5	ГОРОД МОСКВА	229 461,40	230 443,20
1.6	ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	178,40	183,10
1.7	КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	699,10	626,80
1.8	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	347,90	363,70
1.9	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	695,80	576,70
1.10	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	4 492,00	4 378,70
1.11	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	6 786,80	5 742,40
1.12	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	232,20	188,60
1.13	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	414,90	375,30
1.14	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 333,30	1 203,50
1.15	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	108,30	101,20
1.16	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	316,90	343,80
1.17	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	3 920,80	3 734,50
1.18	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	2 000,50	1 029,20
2	СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52 399,80	55 750,50
2.1	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	2 284,10	2 302,50
2.2	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	4 106,20	3 538,30
2.3	ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	22 314,60	22 326,70
2.4	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 533,10	3 696,50
2.5	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	13 641,20	15 767,50
2.6	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	2 333,90	2 280,80
2.7	НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ (АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ)	0,00	0,10
2.8	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 273,70	1 294,20
2.9	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	268,30	295,40
2.10	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	1 070,80	999,60
2.11	РЕСПУБЛИКА КОМИ	3 573,90	3 248,90
3	ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	19 204,50	20 215,50
3.1	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	884,80	994,30
3.2	ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	4 622,30	4 276,10
3.3	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	7 886,90	10 200,00
3.4	РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ (АДЫГЕЯ)	8,30	13,80

3.5	РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	0,90	1,30
3.6	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	5 801,30	4 730,00
4	ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	68 807,10	63 727,40
4.1	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 025,60	1 031,40
4.2	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	5 595,50	5 507,10
4.3	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	3 509,80	3 119,20
4.4	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	216,10	189,90
4.5	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	7 401,40	7 989,20
4.6	РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН	14 621,60	13 854,20
4.7	РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ	470,40	230,10
4.8	РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ	138,30	228,40
4.9	РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН (ТАТАРСТАН)	22 316,00	18 105,70
4.10	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	9 015,60	10 017,00
4.11	САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	2 588,80	1 382,40
4.12	УДМУРТСКАЯ РЕСПУБЛИКА	1 259,70	1 310,60
4.13	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	425,70	582,70
4.14	ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА - ЧУВАШИЯ	222,60	179,50
5	УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	63 939,00	37 735,40
5.1	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	468,30	326,70
5.2	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	8 724,30	8 527,80
5.3	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	22 386,30	2 652,60
5.4	ХАНТЫ-МАНСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ (ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ)	24 671,20	20 477,50
5.5	ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	5 363,90	5 243,00
5.6	ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ (ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ)	2 325,00	507,80
6	СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	36 131,50	34 970,30
6.1	АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	832,30	735,60
6.2	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	7 868,40	7 731,00
6.3	ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	8 166,90	7 133,80
6.4	КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	12 658,10	12 741,20
6.5	ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	277,60	217,60
6.6	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	1 691,80	1 893,80
6.7	ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	872,70	842,60
6.8	РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ	14,50	25,60
6.9	РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ	1 299,70	1 278,90
6.10	РЕСПУБЛИКА ТЫВА	0,20	0,40
6.11	РЕСПУБЛИКА ХАКАСИЯ	1 806,10	1 929,90
6.12	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	643,20	439,90
7	ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	28 194,40	28 681,40
7.1	АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	446,30	383,40
7.2	ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	13,20	23,60
7.3	КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	618,70	520,70

7.4	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	433,30	462,10
7.5	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	3 340,60	3 972,60
7.6	РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ)	4 734,30	5 050,20
7.7	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	17 009,50	16 696,70
7.8	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	1 508,50	1 437,80
7.9	ЧУКОТСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ	90,00	134,30
8	СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	1 269,60	1 286,40
8.1	КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	17,10	27,00
8.2	КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	49,70	33,80
8.3	РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	42,00	51,10
8.4	РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	0,80	0,00
8.5	РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ-АЛАНИЯ	45,40	48,10
8.6	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	1 114,30	1 126,20
8.7	ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	0,30	0,20
9	КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	0,00	113,90
9.1	РЕСПУБЛИКА КРЫМ	0,00	98,00
9.2	ГОРОД СЕВАСТОПОЛЬ	0,00	15,90
10	НЕ РАСПРЕДЕЛЕНО ПО СУБЪЕКТАМ РФ	0,00	0,20

Приложение 3. Экспорт товаров из России в мае 2015 года

(составлено автором по материалам ФТС России)

Наименование товаров	Страна	Стоимость, \$	Доля, %
Медь и сплавы из меди	НИДЕРЛАНДЫ	337 260 003	1,10%
Фиктивная товарная позиция		301 430 516	0,99%
Алмазы	БЕЛЬГИЯ	252 204 245	0,83%
Алюминий	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	194 803 815	0,64%
Фиктивная товарная позиция	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	177 684 837	0,58%
Никель	НИДЕРЛАНДЫ	159 385 610	0,52%
Фиктивная товарная позиция		137 213 537	0,45%
Проволока медная	НИДЕРЛАНДЫ	131 749 490	0,43%
Алюминий	НИДЕРЛАНДЫ	130 938 164	0,43%
Суда и военные корабли	ЯПОНИЯ	128 523 619	0,42%
Уголь каменный	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	111 519 600	0,36%
Лесоматериалы	КИТАЙ	105 315 782	0,34%
Уголь каменный	ЯПОНИЯ	90 761 110	0,30%
Прочие драгоценные металлы	ГОНКОНГ	90 599 817	0,30%
Фиктивная товарная позиция		87 388 722	0,29%
Прокат из железа и стали	ТУРЦИЯ	85 819 190	0,28%
Алюминий	ТУРЦИЯ	84 071 956	0,28%
Удобрения калийные	КИТАЙ	83 119 233	0,27%
Алюминий	ЯПОНИЯ	82 980 929	0,27%
Золото	ШВЕЙЦАРИЯ	82 597 503	0,27%
Уголь каменный	КИТАЙ	81 268 295	0,27%
Удобрения комплексные	ИНДИЯ	77 839 757	0,25%
Алмазы	ИЗРАИЛЬ	74 152 204	0,24%
Лесоматериалы	КИТАЙ	73 488 144	0,24%
Двигатели турбинные и прочие	КИТАЙ	72 247 920	0,24%
Уголь каменный	НИДЕРЛАНДЫ	70 265 386	0,23%
Алюминий	ШВЕЙЦАРИЯ	70 097 658	0,23%
Уголь каменный	ТУРЦИЯ	67 387 143	0,22%
Летательные аппараты прочие	БОЛГАРИЯ	64 987 026	0,21%
Фиктивная товарная позиция	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	64 762 572	0,21%
Удобрения азотные	БРАЗИЛИЯ	64 277 143	0,21%
Алмазы	ИНДИЯ	63 412 115	0,21%
Полуфабрикаты из железа	ТУРЦИЯ	61 981 785	0,20%
Удобрения калийные	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	60 444 188	0,20%
Целлюлоза древесная	КИТАЙ	60 020 362	0,20%
Полуфабрикаты из железа	ТАЙВАНЬ (КИТАЙ)	57 707 589	0,19%
Полуфабрикаты из железа	МЕКСИКА	56 363 254	0,18%
Фиктивная товарная позиция		55 446 268	0,18%

Части и комплектующие	ГЕРМАНИЯ	55 247 300	0,18%
Медь и сплавы из меди	ГЕРМАНИЯ	54 412 593	0,18%
Алюминий	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	54 014 277	0,18%
Реакторы ядерные	УКРАИНА	53 390 939	0,17%
Полуфабрикаты из железа	ЕГИПЕТ	52 980 506	0,17%
Рыба мороженая	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	52 070 999	0,17%
Полуфабрикаты из железа	БЕЛЬГИЯ	51 960 027	0,17%
Фиктивная товарная позиция		51 751 850	0,17%
Реакторы ядерные	ВЕНГРИЯ	49 831 183	0,16%
Автомобили легковые	КАЗАХСТАН	49 318 113	0,16%
Рыба мороженая	КИТАЙ	48 181 387	0,16%
Фиктивная товарная позиция		47 903 959	0,16%
Удобрения калийные	МАЛАЙЗИЯ	45 701 139	0,15%
Уголь каменный	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	45 388 190	0,15%
Фиктивная товарная позиция	ШВЕЦИЯ	45 248 398	0,15%
Отходы и лом из черных металлов	ТУРЦИЯ	44 883 782	0,15%
Масло подсолнечное	ТУРЦИЯ	44 035 481	0,14%
Фиктивная товарная позиция	АЗЕРБАЙДЖАН	42 090 000	0,14%
ЯЧМЕНЬ	САУДОВСКАЯ АРАВИЯ	39 629 371	0,13%
Удобрения калийные	БРАЗИЛИЯ	37 654 445	0,12%
Фиктивная товарная позиция		36 609 810	0,12%
Раки и крабы	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	35 955 437	0,12%
Углеводороды ациклические	НИДЕРЛАНДЫ	34 331 364	0,11%
Руды железные	КИТАЙ	33 053 442	0,11%
Ферросплавы	НИДЕРЛАНДЫ	32 083 559	0,10%
Уголь каменный	ТАЙВАНЬ (КИТАЙ)	30 733 694	0,10%
Трубы из черных металлов	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	30 728 280	0,10%
Уголь каменный	ГЕРМАНИЯ	30 389 870	0,10%
Уголь каменный	ЛАТВИЯ	29 895 581	0,10%
Кокс и полукокс из каменного угля	УКРАИНА	29 634 331	0,10%
Алюминий	ДЖЕРСИ	29 026 935	0,09%
Лесоматериалы	ЕГИПЕТ	28 339 180	0,09%
Фиктивная товарная позиция		28 073 887	0,09%
Удобрения калийные	ИНДИЯ	27 338 025	0,09%
Масла из каменноугольной смолы	НИДЕРЛАНДЫ	27 105 545	0,09%
Летательные аппараты прочие	КАЗАХСТАН	26 775 000	0,09%
Уголь каменный	БЕЛЬГИЯ	25 232 266	0,08%
Уголь каменный	ПОЛЬША	24 542 252	0,08%
Уголь каменный	УКРАИНА	24 194 349	0,08%
Медная проволока	БЕЛЬГИЯ	23 996 906	0,08%
Реакторы ядерные	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	23 752 408	0,08%
Удобрения азотные	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	23 498 051	0,08%

Пшеница и меслин	ЮЖНАЯ АФРИКА	23 220 384	0,08%
Удобрения комплексные	ЭСТОНИЯ	23 137 609	0,08%
Моторные транспортные средства	НИДЕРЛАНДЫ	22 995 486	0,08%
Смеси битумные	ШВЕЙЦАРИЯ	22 920 023	0,08%
Чугун	ИТАЛИЯ	22 691 695	0,07%
Уголь каменный	ИНДИЯ	22 676 877	0,07%
Удобрения комплексные	ШВЕЙЦАРИЯ	21 943 622	0,07%

Приложение 4. Товарная структура экспорта Белгородской области, 2009-2013 гг.,

млн. долл. США[129]

	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	1761,9	2704,1	3840,1	3632,8	3412,5
в том числе:					
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (крометекстильного)	130,9	123,3	117,3	213,7	222
минеральные продукты	263,5	597	1141,8	1094,9	1023,3
из них:					
топливно-энергетические товары	0,3	2,5	3,8	36,9	64,7
продукция химической промышленности	14,3	22,5	32,7	35	33,3
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,4	1,5	1,2	2,4	1,2
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	3,7	3,9	3,9	4	6,2
текстиль, текстильные изделия и обувь	4,1	2,4	2,6	2,5	3,4
драгоценные камни, металлы	6	16,8	18,1	9,4	12,6
металлы и изделия из них	1260,8	1844,9	2434,2	2172,9	2014,1
машиностроительная продукция	68	83,5	79,5	85,1	84,1
прочие товары	10,2	8,3	8,80	12,9	12,3

Товарная структура экспорта Белгородской области, 2009-2013 гг., %.

	2009	2010	2011	2012	2013
Всего					
в том числе:					
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (крометекстильного)	7,43%	4,56%	3,05%	5,88%	6,51%
минеральные продукты	14,96%	22,08%	29,73%	30,14%	29,99%
из них:	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
топливно-энергетические товары	0,02%	0,09%	0,10%	1,02%	1,90%
продукция химической промышленности	0,81%	0,83%	0,85%	0,96%	0,98%
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,02%	0,06%	0,03%	0,07%	0,04%

древесина и целлюлозно-бумажные изделия	0,21%	0,14%	0,10%	0,11%	0,18%
текстиль, текстильные изделия и обувь	0,23%	0,09%	0,07%	0,07%	0,10%
драгоценные камни, металлы	0,34%	0,62%	0,47%	0,26%	0,37%
металлы и изделия из них	71,56%	68,23%	63,39%	59,81%	59,02%
машиностроительная продукция	3,86%	3,09%	2,07%	2,34%	2,46%
прочие товары	0,58%	0,31%	0,23%	0,36%	0,36%

Приложение 5. Товарная структура импорта Белгородской области, 2009-2013 гг.,

млн. долл. США.

	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	2137,1	4201,1	6655,3	5241,3	4157,1
в том числе:					
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (крометекстильного)	480,1	724	1091	740,7	613,8
минеральные продукты	62,6	84,5	131,2	138	124,9
из них:					
топливно-энергетические товары	7,7	7,9	13,6	8,6	24,1
продукция химической промышленности	143,2	190,2	236,4	249,7	242,8
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,5	3,2	2,7	2,2	2,5
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	40,5	39	42,7	37,1	43,3
текстиль, текстильные изделия и обувь	18	35,5	44,1	41,7	43
драгоценные камни, металлы	0,1	0,2	0,4	0,4	0,9
металлы и изделия из них	549,2	1055,3	1589,7	1310,3	1207,3
машиностроительная продукция	758,9	1950,5	3356,2	2536,2	1709,7
прочие товары	84	118,7	161	185	168,9

Товарная структура импорта Белгородской области, 2009-2013 гг., %.

	2009	2010	2011	2012	2013
Всего					
в том числе:					
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (крометекстильного)	22,47%	17,23%	16,39%	14,13%	14,77%
минеральные продукты	2,93%	2,01%	1,97%	2,63%	3,00%
из них:					
топливно-энергетические товары	0,36%	0,19%	0,20%	0,16%	0,58%
продукция химической промышленности	6,70%	4,53%	3,55%	4,76%	5,84%
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,02%	0,08%	0,04%	0,04%	0,06%

древесина и целлюлозно-бумажные изделия	1,90%	0,93%	0,64%	0,71%	1,04%
текстиль, текстильные изделия и обувь	0,84%	0,85%	0,66%	0,80%	1,03%
драгоценные камни, металлы	0,00%	0,00%	0,01%	0,01%	0,02%
металлы и изделия из них	25,70%	25,12%	23,89%	25,00%	29,04%
машиностроительная продукция	35,51%	46,43%	50,43%	48,39%	41,13%
прочие товары	3,93%	2,83%	2,42%	3,53%	4,06%

Приложение 6. Национальная структура экспорта предприятий Белгородской области, 2005 - 2013 гг. в направлении дальнего зарубежья, млн. долл. США

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	927,7	997,4	1452,9	2502,7	1245,5	1914,3	2889,2	2537,5	2354,4
в том числе по странам:									
Китай	35,7	21,4	43,9	45,5	232,9	247,9	705,8	576,4	399,4
Турция	15,3	15,2	101,4	432,2	214,7	262,9	367,6	341	397,9
Нидерланды	3,9	22	59,8	138,1	43,6	275,9	378,3	342,1	224,9
Египет	36,6	44,1	28,4	36	57,2	42,2	84,7	115,2	185,5
Италия	45,6	67,9	103,4	203,2	45,6	69,7	71,4	88,1	109,1
Германия	142,5	184,3	321,5	341,8	43,6	101,1	189,3	95,5	92,7
Словакия	26,4	40	101,8	115,5	21,6	46,3	86	59	82,9
Франция	31,7	33,4	51,1	66,8	25,5	51,5	165	44,6	80,9
Польша	75,5	91,3	144,4	220,2	22,7	52,9	92,8	98,8	80,2
Чехия	51,2	102,8	89,1	117,8	20,8	65,9	154,5	104,7	69,7
Республика Корея	27,4	23	8,7	100,1	36,1	43,5	12,6	3,8	55,7
Испания	44,4	35,5	38,5	90,8	23,5	46,9	46,2	22,1	55,4
Венгрия	36,7	47	82,4	39,1	5,3	22,3	54	52	45,6
Румыния	45,8	28,6	48	50,3	6,5	11,9	51,2	40,1	24,6
Болгария	0,9	6,4	19,1	21,3	3	6,3	5,7	4,5	10,3
Индия	40,9	13,3	12,8	3,3	35,4	48,8	14,6	35,1	9,5
Великобритания	3	4,6	2,2	31,1	1,5	7,4	34,5	1,1	2,2
США	5	44,9	2,9	13,4	1,8	3	17,7	13,2	0,7
Австрия	4	0,5	5,3	17,6	2,7	0,4	0,2	0,9	0,4
Иран	19,6	12,7	10,2	100,2	82,8	127,3	38,3	12,9	0,1
Бельгия	15,9	0,7	1,3	13,1	0,7	2,4	0,3	-	-

Приложение 7. Национальная структура импорта предприятий Белгородской области, 2005 - 2013 гг. в направлении дальнего зарубежья, млн. долл. США

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	359,7	731,5	747,6	942,9	587,8	701,7	1271,4	884,5	776,7
в том числе по странам:									
Германия	63,9	257,9	185	194,3	165,8	99,1	106,4	107	130,7
Нидерланды	17,7	24	50,7	53,1	22,6	49,8	126,4	96,3	62,2
Китай	8,4	9,3	12,5	21,4	28,3	34,3	48,2	46,6	59,2
Австрия	13,8	25,5	21,8	16	15	5,2	9,8	19,6	49
Франция	8,9	18	27,9	23,4	22,5	12,6	21,6	32,3	44,4
США	34,1	73,8	51,3	28,4	52,1	19,1	21,9	23,2	42,4
Италия	12,4	22,7	31,7	59,6	13,2	15,4	29,8	29,9	31
Чехия	8,1	9,2	12	68	4,4	5,5	37,9	24,4	23,6
Польша	2,5	3,3	14,5	6	5,1	8,5	15,3	24	22,3
Бразилия	89	126,1	120,6	125,9	47,8	126	209,5	30	22,2
Бельгия	4,3	4,6	5,4	8,1	1,9	3,2	6,8	9,2	19,9
Япония	2,7	10,6	7,4	16,1	12,6	22,5	20	19,7	17,4
Испания	1,6	15,8	8,5	2,1	1,9	2,8	11,4	11	13,4
Турция	0,9	4,4	2	7,3	4,5	4,4	8,8	8,4	11,5
Швейцария	1,2	7,3	10,1	6	3,4	7,5	8,3	3,7	11,1
Великобритания	7,2	10,4	5,4	3,3	2,7	2,4	5	4,9	9,7
Индия	1,1	2,1	1,2	3,3	0,6	2,3	4,7	3,8	8,2
Венгрия	6,8	11,3	5,3	6,2	8,8	8,8	7,3	5,4	7,7
Словакия	3,8	4,3	7,3	19,6	7,5	8,3	7,8	8,5	7,4
Республика Корея	0,4	0,4	6	2	1,5	4,5	3,1	0,8	3,7
Финляндия	0,9	1,8	4,3	9,4	3,4	5,2	1,7	6,4	2,6
Словения	7,1	5	0,3	5,9	1,3	1,1	6,3	0,9	2,1
Румыния	1,1	4,1	1,2	4,1	0	2,4	1,1	0,9	1,6
Литва	0,7	1,1	1,8	1,9	0,3	1,5	1,7	1,8	1,2
Египет	0,8	1,3	1,4	1	1,2	0,7	0,3	0	0,5
Таиланд	0	0	0,1	0,5	0,5	0,4	0,7	1,1	0,4
Латвия	0,1	0,2	0,4	0,8	1	1,9	0,5	0,1	0,3
Куба	5,6	0	17,6	14,2	17,2	0	0	0	0

Приложение 8. Национальная структура экспорта предприятий Белгородской области, 2005 - 2013 гг. в направлении стран СНГ, млн. долл. США

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	487,4	595,9	863,5	1267,5	516,3	790	950,8	889,9	804,8
в том числе по странам:									
Украина	395,8	431,8	649,7	950,8	322,2	633,1	819	767,5	698
Азербайджан	6,4	10,8	26,1	46,5	22,8	23,3	68,7	39,5	38,6
Молдова	29,1	66,6	64,5	62,9	22,3	7	19,2	35,8	20,5
Узбекистан	-	-	8,8	9,4	11,7	20,1	17,4	20,5	13,7
Армения	3,4	2,4	6,7	7,4	22,9	20	8,9	10,7	12,7
Киргизия	0,8	1,1	0,9	2,5	6,2	6,3	3,5	4,8	9,1
Таджикистан	0,2	0,4	-	1,9	3,6	7,4	9,7	4,8	7,3
Туркмения	1,1	0,4	1,2	1	19,5	21,3	4,4	6,2	4,8
Казахстан	42,9	76	94,6	176	82,4	51,5	...	...	...
Грузия1)	7,7	6,4	9,2	9	2,9	-	-	-	-

Приложение 9. Национальная структура импорта предприятий Белгородской области, 2005 - 2013 гг. в направлении стран СНГ, млн. долл. США

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	1620,2	1982,6	3314,8	4105,7	1548,2	3498,6	5384	4345	3325,3
в том числе по странам:									
Украина	1496,9	1883,2	3127	3851,2	1479,4	3438,1	5320,9	4283,7	3290
Молдова	116,9	83,3	166,2	219,3	52,9	43,3	58	56	29
Азербайджан	0,7	9,7	14,8	18,5	3,3	7,3	4	4,6	3
Узбекистан	-	-	0,1	0	-	2,6	0,9	0,2	2,7
Армения	0,4	0,1	0,2	0	0	0,2	0,2	0,5	0,6
Казахстан	5,2	6,2	6	15,9	12,3	6,9	...	...	...
Грузия	-	0	0,5	0,7	0,3	-	-	-	-
Киргизия	0,1	0,1	-	-	0	-	0	-	-