

А. М. ТРУСОВ, Н. В. КАРПОВА, Е. М. ТИМОФЕЕВА, А. Н. САПРЫКИНА

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНОГО КОМБИНАТА

Горнодобывающая промышленность во всех промышленно развитых странах относится к базовым отраслям экономики. Эффективное функционирование горнодобывающей компании во многом определяется наличием всесторонне обоснованной стратегии ее маркетинговой деятельности. Главная цель выработки и реализации такой стратегии - определение наиболее эффективных направлений сбыта, произведенной компанией.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспорт, SWOT-анализ, финансовая устойчивость, организационно-экономическая устойчивость.

Введение. Продукция российских горнодобывающих предприятий и их компаний востребована на мировом рынке. В сложных условиях перехода к рыночным отношениям крупные горнодобывающие компании в зависимости от состояния экономики и положения на мировом рынке ориентировались на продажи как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В настоящее время объемы реализации сырья на внутреннем и внешнем рынках находятся в соотношении 48 и 52 %.

Анализ литературы. Проблеме оценке хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия посвящены труды таких авторов, как Ушаков А. А., Голубков Е. П. Савицкая Г. В. и других.

Постановка проблемы. Важнейшей составной частью маркетинговой стратегии является выбор рационального соотношения маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках на основе оценки общеэкономической ситуации в России и на мировом рынке, производственно-экономических возможностей и интересов отдельных компаний. При определении стратегии продаж на внутреннем рынке учитываются следующие факторы:

- текущая и перспективная емкость различных сегментов российского рынка;
- конкурентные преимущества компании по сегментам рынка, включая технический уровень состояния фондов, географическое положение, уровень затрат и прибыли;
- потенциальные возможности и масштабы продаж с учетом текущей и перспективной ситуации, возможностей данной компании в сравнении с другими компаниями [1].

К приоритетным направлениям деятельности крупной горно-обогатительной компании (ГОК) относится последовательное увеличение продаж на внутреннем рынке, что соответствует государственной политике, направленной на укрепление позиций отечественных производителей. В рассматриваемом году поставки на внутренний рынок выросли на 2 %. Это связано, в первую очередь, с увеличением доли продаж продукции высоких переделов с большей добавленной

стоимостью.

Возможности для увеличения емкости внутреннего рынка и объемов продаж на этом рынке достаточно велики. В настоящее время созданы достаточно благоприятные условия для развития горнодобывающей отрасли. Рыночная конъюнктура позволила поднять средние цены на продукцию выше, чем по другим ключевым отраслям промышленности. В целом, по данным Росстата, цены выросли за год на 65,8%, при росте цен в отраслях машиностроения и металлопереработки на 15,0%, на электроэнергию – на 11,5%, железнодорожные перевозки – на 12,6%.

Рост товарной продукции ГОКа в текущем году составил 28,5%, в том числе за счёт увеличения объема продаж - 7,5% (рисунок 1).

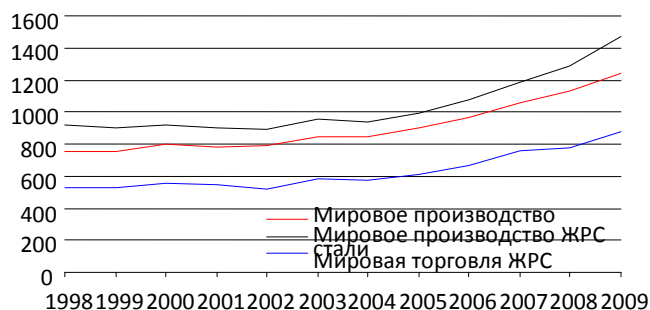


Рис. 1 – Объем мирового производства товарной железной руды, стали и объем мировой торговли ЖРС, млн. т

В мире продолжается рост производства стали и железорудного сырья (ЖРС). Сохраняется высокий спрос на ЖРС на международном рынке.

Географическое положение производителей и потребители ЖРС не совпадает, что приводит к расширению мировой торговли.

По итогам 5 мес. текущего года прирост производства стали в Китае остается на уровне около 20%. ГОК производит около 16% железной руды России. В текущем году произведено 10,96 млн. тонн концентрата, переработано 1,605 млн. тонн богатой руды, отгружено 10,93 млн. тонн железорудного концентрата,

© А.М. Трусов, Н.В. Карпова, Е.М. Тимофеева, А.Н. Сапрыкина, 2015

1,65 млн. тонн аглоруды. Балансовые запасы карьера:

- богатая железная руда – 26,6 млн тонн;
- железистые кварциты – 1,4 млрд тонн.

Основные потребители- крупные металлургические комбинаты.

В рассматриваемом году из произведенных 11,5 млн. тонн концентрата экспортирована только малая часть (0.1 млн. тонн).

Основные страны: Украина, Словакия, Австрия, Чехия, Китай. [2]

Экспорт ЖРС из России представлен на рисунках 2 и 3.

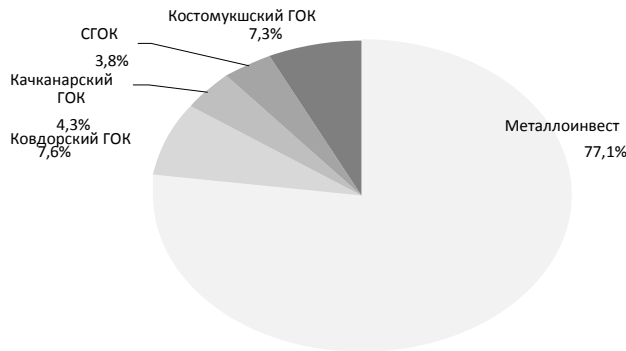


Рис. 2 – Экспорт ЖРС из России

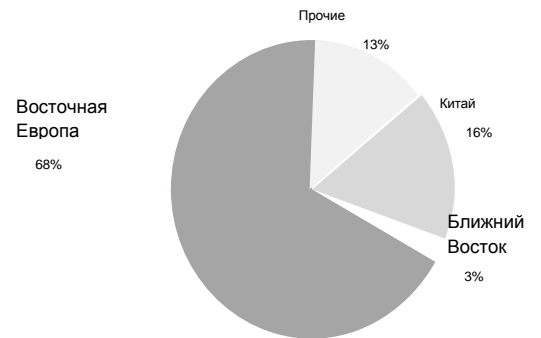


Рис. 3 – Структура экспорта ЖРС ГОКом

Наиболее важным внешним рынком сбыта ЖРС для ГОКов являются страны Восточной Европы. Сохранение позиций российских

поставщиков на данном рынке имеет важное политическое и экономическое значение.

Экспорта концентрата из России и основные потребители представлены на рисунках 4 и 5.

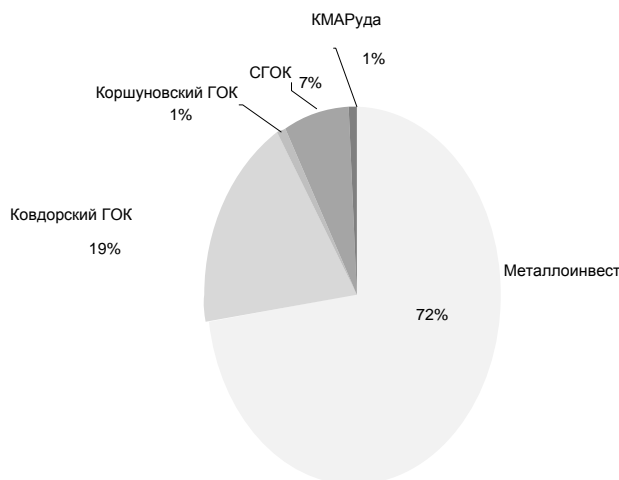


Рис. 4 – Экспорт концентрата из России

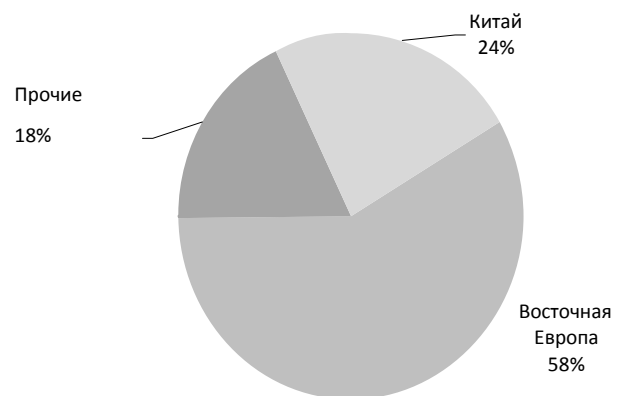


Рис. 5 – Структура экспорта концентрата ГОК

Среди множества известных инструментов исследования конкурентной позиции коммерческой организации одним из наиболее значимых является SWOT-анализ. Оценка сильных и слабых сторон деятельности является исследованием внутренней

среды организации [3]. На основе компонентного анализа сильных и слабых сторон построена матрица «существенность – эффективность» (табл.1).

Таблица 1 – Матрица «существенность – эффективность»

Существенность	Эффективность	
	Низкая	Высокая
Высокая	1. Социально-психологический климат 2. Эффективность сбыта 3. Реклама продуктов	1. Резервы производственных мощностей 2. Использование современных технологий 3. Компетенция руководства 4. Оплата труда 5. Финансовая устойчивость 6. Репутация организации и продукции 7. Качество продукции
Низкая	-	-

Зрительное количество составляющих внутренней среды оказались на поле «ВВ», т.е. комбинату следует закрепить достигнутые позиции. Тем не менее, такие элементы как социально-психологический климат, эффективность сбыта, реклама требуют особого внимания.

На основе компонентного анализа сильных и слабых сторон также построена матрица «эффективность – перспективность» (табл. 2).

Таблица 2 – Матрица «эффективность – перспективность»

Эффективность	Перспективность	
	Приобретает важность в будущем	Утратит важность в будущем
Высокая	1. Использование современных технологий 2. Рентабельность инвестиций	1. Резервы производственных мощностей 2. Оптимальное распределение прав и обязанностей
Низкая	1. Состояние основных фондов 2. Эффективность сбыта	-

Очевидно, что главное беспокойство у руководства комбината должен вызывать уровень технической оснащенности и освоение принципа делегирования в управлении. Скорее всего, именно отсутствие у некоторых руководителей высшего эшелона комбината четкого представления о правах и ответственности привело к тому, что предпринимательская организация не на высшем уровне. Укрепят в перспективе свои высокие позиции и поэтому нуждаются в развитии такие элементы как использование современных технологий и рентабельность инвестиций.

Составлена заключительная SWOT–таблица, в которой описаны на основе данных предыдущих этапов преимущества комбината и особенно те, которые целесообразно развивать в будущем, а также недостатки, требующие немедленного изменения, и возможные угрозы бизнесу в случае неизменности ситуации (табл. 3). Среди последних необходимо отметить фактор «слабый менеджмент».

Таблица 3 – Матрица SWOT – анализа ГОК

ПРЕИМУЩЕСТВА	ВОЗМОЖНОСТИ
1. Продукция хорошо известна во всем мире	1. Увеличение рентабельности, контроль над затратами
2. Постоянно используются современные технологии	2. Расширение рынков сбыта
3. Хороший имидж компании в общественной жизни (участие в выставках, конкурсах, благотворительная деятельность)	3. Освоение новых марок стали
4. Высокая степень соблюдения договорных обязательств в отношении конечных потребителей	4. Повышение социального внимания, создание оптимальных условий труда и отдыха работников
5. Качество продукции	
НЕДОСТАТКИ	УГРОЗЫ
1. Отсутствие единой концепции продаж	1. Захват рынка сторонними производителями
2. Слабый менеджмент	2. Муниципальное вмешательство в политику ценообразования
	3. Снижение доходности

Рассчитаны и оценены релевантные показатели, относящиеся к группе «финансовая устойчивость» и «организационно-экономическая устойчивость» в динамике за 4 года по данным комбината (табл.4).

Таблица 4 – Ранжирование показателей финансовой устойчивости ГОК по результатам деятельности

Годы	Показатели					сумма мест	ранжированное место (1=min)
	коэф-т текущей ликвидности	коэф-т автономии	финансовый леверидж	прибыль на одну тонну продукции	коэф-т маневренности		
1-ый	4	2	3	2	3	14	3
2-ой	3	4	1	4	4	16	4
3-ий	2	3	2	3	2	12	2
4-ый	1	1	4	1	1	8	1

После расчета показателей каждому из них был присвоен номер (от 1 до 5), начиная с лучшего достигнутого уровня.

Обобщение результатов комплексной оценки совокупности исследуемых временных периодов

(рейтинговая оценка) выполнено методом «ранжирования суммы чисел мест».

Для повышения уровня объективности выводов соотношение уровней финансовой и организационно – экономической устойчивости проиллюстрировано графически (рис. 6).

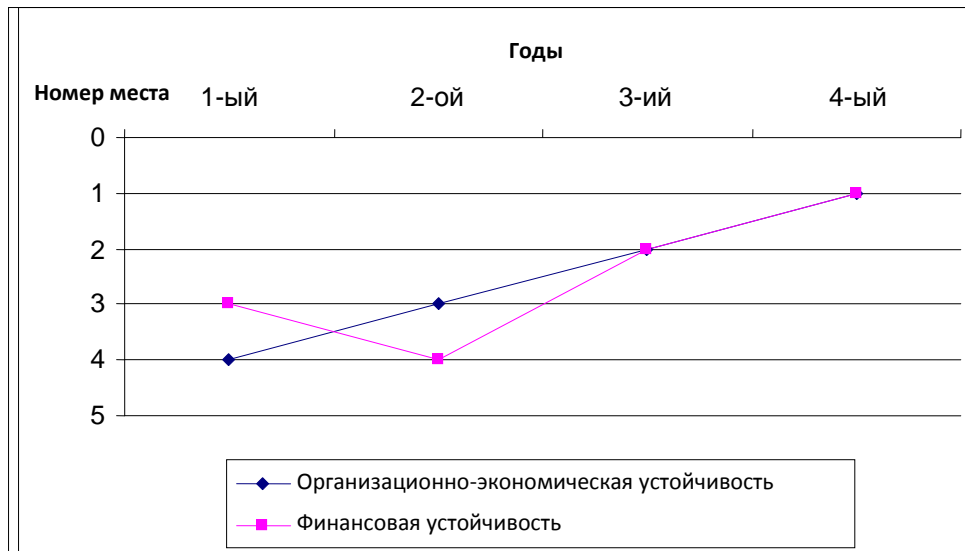


Рис. 6 – Уровень финансовой и организационно - экономической устойчивости ГОК

Вывод. Общая тенденция развития комбината за рассмотренный период – повышение устойчивости. В третьем году организационно-экономическая устойчивость была ниже финансовых позиций. В третьем году финансовая устойчивость снизилась, но начиная с четвертого года она повышается.

В последние годы управление маркетинга, которое тщательно проводит мониторинг рынка и делает прогнозы, стала работать эффективнее. Вошло в практику проведение координационных советов с потребителями. Реклама имеет важное значение в коммерческой деятельности предприятия. К одной из наиболее действенных разновидностей рекламы можно отнести публикацию информации в газетах, журналах, справочниках, книгах. На ГОКе снимаются рекламные кинофильмы, выпускаются брошюры ГОК, буклеты. Размещается реклама продукции в справочниках и каталогах. Публикуются статьи

специалистов предприятия в различных журналах. ГОК участвует во многих выставках, которые также служат рекламным целям. Итог любой выставки – это, в первую очередь, возможность встречи с потребителями, как потенциальными, так и действующими. Это еще и обмен информацией между производителями металла. Как правило, на крупных международных и отечественных выставках проводятся конференции и семинары, на которых ведущие производители обсуждают ситуацию в отечественной и мировой промышленности. Общение же потенциальными и сегодняшними клиентами – серьезная целенаправленная работа, целью которой является выяснение спроса на продукцию СГОК, сложившегося как на внутреннем, так и на внешних рынках. Это хорошая возможность в сжатые сроки провести мониторинг потребностей клиентов (потенциальных и текущих).

Список литературы: 1. Ушаков А.А. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности крупной металлургической компании. // Сталь, -2005. - №7. - С.120. 2. <http://www.sgok.ru> 3. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Издательство «Финпресс», 2009. 4. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФА-М, 2008. - 512 с.

Stal',-2005. - №7. - P.120. 2. <http://www.sgok.ru> 3. Golubkov E.P. Osnovy marketinga. M.: Izdatel'stvo «Finpress», 2009. 4. Savitskaya, G.V. Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya: Uchebnyk. - 4-e izd., pererab. i dop. - M.: INFА-M, 2008. - 512 p.

Поступила (received) 31.03.2015

Bibliography (transliterated): 1. Ushakov A.A. Strategiya i taktika marketingovoy deyatel'nosti krupnoy metallurgicheskoy kompanii. //

Сведения об авторах / About the authors

Трусов А. М. – Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», инженер кафедры экономики и менеджмента.

Trusov A. M. – Starooskolsky Technological Institute A.A Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", the engineer of the economics and management department.

Карпова Надежда Васильевна – кандидат экономических наук, доцент, Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», доцент кафедры экономики и менеджмента.

Karpova Nadezhda Vasilevna – PhD associate professor, Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Associate Professor, Department of Economics and Management.

Тимофеева Елена Михайловна – кандидат педагогических наук, доцент, Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», доцент кафедры экономики и менеджмента.

Timofeeva Elena Mikhailovna - Ph.D., Associate Professor, Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Associate Professor, Department of Economics and Management.

Сапрыкина Анастасия Николаевна – Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», ассистент кафедры экономики и менеджмента.

Saprykina Anastasia Nikolaevna – Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Assistant of the Department of Economics and Management.