

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
«Высшая школа экономики и управления»
Кафедра «Таможенное дело»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, директор
АО «НЗХС»

_____ И.В. Пронькин
_____ 20__ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, к.э.н.
доцент

_____ Е.А. Степанов
_____ 20__ г.

Совершенствование организации внешнеторговой
деятельности АО «НЗХС»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ– 38.05.02.2017.413.ПЗ ВКР

Руководитель работы
К.Э.Н

_____ К.В. Кардапольцев
_____ 2017 г.

Автор работы
студент группы ЭУ – 548

_____ О.С. Малышева
_____ 2017 г.

Нормоконтролер
Специалист по УМР

_____ В.А. Фролова
_____ 2017 г.

Челябинск 2017

Оглавление

Введение.....	3
1 ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	
1.1 Нормативно-правовые аспекты осуществления внешнеторговой деятельности продукции химического производства.....	
1.2 Элементы внешнеторговой деятельности российских предприятий.....	
1.3 Современные подходы к организации внешнеторговой деятельности...	
2 ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «НЗХС».....	
2.1 Организационно-экономическая характеристика АО «НЗХС».....	
2.2 Анализ результатов внешнеторговой деятельности АО «НЗХС» за период 2014-2016 гг.....	
2.3 Исследование организации внешнеторговой деятельности АО «НЗХС».....	
3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АО "НЗХС"	
3.1 Разработка регламента внешнеторговой деятельности АО «НЗХС»	
3.2 Совершенствование складской логистики в рамках внешнеторговой деятельности АО «НЗХС»	
3.3. Оценка экономического эффекта от предлагаемых мероприятий	
Заключение.....	
Библиографический список.....	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. На современном этапе внешней торговли предприятия является повышение эффективности и качества работы всех звеньев производства. Развитие рыночных отношений повышает ответственность и самостоятельность предприятий всех форм собственности в выработке управленческих решений по обеспечению эффективности их производственной деятельности.

В настоящее время практика требует разработки целого комплекса вопросов, связанных с особенностями изучения отдельных научно-теоретических и практических проблем повышения эффективности производственной деятельности в условиях рыночных отношений. Заслуживает внимания точка зрения тех специалистов, которые считают необходимым сосредоточить исследования в области экономики предприятий на региональных аспектах.

В условиях современной рыночной экономики роль анализа отгрузки и реализации продукции значительно возросла, так как оба данных показателя оказывают непосредственное влияние на развитие экономики предприятия. От правильности организации учета данных показателей во многом зависит правильность определения эффективности деятельности предприятия. В нынешних условиях основное значение уделяется реализации продукции по договорам-поставщикам – важнейшему экономическому показателю работы, определяющему эффективность, целесообразность хозяйственной деятельности организации.

Кроме того не следует забывать, что при прочих равных условиях от объема реализации продукции зависит величина прибыли предприятия - одного из показателей его деятельности.

Цель работы – разработать эффективные предложения, направленные на совершенствование внешнеторговой деятельности предприятия.

Задачи работы:

- анализ и оценка организационно-экономической деятельности предприятия;
- провести анализ результатов внешнеторговой деятельности;
- Исследовать организацию внешнеторговой деятельности;
- разработать мероприятия по совершенствованию внешнеторговой деятельности.

Объект работы – производственно-хозяйственная деятельность АО «НЗХС».

Результаты работы рекомендуется использовать при совершенствовании производственно-хозяйственной деятельности.

1 ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

1.1 Нормативно-правовые аспекты осуществления внешнеторговой деятельности продукции химического производства

Основными нормативными правовыми актами, регулирующими учет и анализ отгрузки и реализации готовой продукции химического производства являются следующие документы:

1. Таможенный кодекс Таможенного союза" (ред. от 08.05.2015);

Описывается таможенная процедура экспорта (глава 31), условие помещения товаров под таможенную процедуру экспорта (статья 213), возникновение и прекращение обязанности по уплате вывозных таможенных пошлин и срок их уплаты в отношении товаров, помещаемых под таможенную процедуру экспорта (статья 214).

2. "Венская Конвенция ООН" о договорах купли-продажи товаров 1980;

Многостороннее международное соглашение, имеющее целью стандартизации правил международной торговли.

3. Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА;

В области международных экономических отношений Международным институтом по унификации частного права в Риме (УНИДРУА) был разработан документ, содержащий, как указано в преамбуле, «общие нормы для международных коммерческих договоров». Этот документ имеет название «Принципы международных коммерческих договоров».

Принципы УНИДРУА играют роль проводника между имеющимися правовыми нормами и существующими пробелами в правовом регулировании заключения международных контрактов.

Принципы УНИДРУА, подобно своду правил, сформулированных в ИНКОТЕРМС, могут использоваться сторонами при заключении международного, контракта путем указания на их применение в тексте контракта.

4. Правила интерпретации международных коммерческих терминов Инкотермс - 2010.

Инкотермс - это международные правила, признанные правительственными органами, юридическими компаниями и коммерсантами по всему миру как толкование наиболее применимых в международной торговле терминов. Сфера действия Инкотермс 2010 (Incoterms 2010) распространяется на права и обязанности сторон по договору купли-продажи в части поставки товаров (условия поставки товаров).

Одиннадцать терминов Инкотермс 2010 можно разделить на две отдельные группы смотреть в таблице 1.

Таблица 1. Термины Инкотермс 2010

Правила для любого вида или видов транспорта	Правила для морского и внутреннего водного транспорта
<p>EXW - «Ex Works / Франко завод» FCA - «Free Carrier / Франко перевозчик» CPT - «Carriage Paid to/Перевозка оплачена до» CIP - «Carriage and Insurance Paid to / Перевозка и страхование оплачены до» DAT - «Delivered at Terminal /Поставка на терминале» DAP - «Delivered at Place/Поставка в месте назначения» DDP - «Delivered Duty Paid / Поставка с оплатой пошлин»</p>	<p>FAS - «Free Alongside Ship / Свободно вдоль борта судна» FOB - «Free on Board / Свободно на борту» CFR - «Cost and Freight / Стоимость и фрахт» CIF - «Cost Insurance and Freight / Стоимость, страхование и фрахт»</p>

Источник Инкотермс 2010

5. Федеральный закон от 08.12.03 № 164-ФЗ "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности"

Настоящий Федеральный закон определяет основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности, полномочия Российской Федерации и субъектов Российской Федерации в области внешнеторговой деятельности в целях обеспечения благоприятных условий для внешнеторговой деятельности, а также защиты экономических и политических интересов Российской Федерации.

6. Федеральный закон "О валютном регулировании и валютном контроле" от 10.12.2003 N 173-ФЗ;

Закон регламентирует порядок проведения операций с валютой во внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов

Федеральным законом от 10.12.2003 N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле" предусмотрен контроль за соблюдением валютного законодательства Российской Федерации, а также полноты и достоверности учета и отчетности по валютным операциям. Для реализации указанных целей участники внешнеторговой сделки обязаны оформить паспорт сделки, который должен содержать основные сведения о ней, исходя из содержания контракта. Паспорт сделки предоставляется в уполномоченный банк, а последний передает оформленный паспорт сделки в электронном виде органу и агенту валютного контроля.

7. Инструкции Центробанка Инструкция Банка России от 04.06.2012 N 138-И (ред. от 30.11.2015) "О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам документов и информации, связанных с проведением валютных операций, порядке оформления паспортов сделок, а также порядке учета уполномоченными банками валютных операций и контроля за их проведением"

В инструкции описывается порядок оформления паспорта сделки в уполномоченном банке, при осуществлении валютных операций по контракту и при осуществлении валютных операций по кредитному договору.

8. Регламент химических веществ в Европе (REACH).

С 1 июня 2007 г. вступил в силу новый Регламент REACH Европейского парламента и Совета Министров ЕС в области регулирования производства, размещения на рынке стран Евросоюза и дальнейшего использования химических веществ – REACH.

Он получил свое название от аббревиатуры английских слов «Регистрация, оценка и разрешение химических составов» (REACH).

Документ ставит задачу ввести контроль над 30 тысячами производимых или импортируемых химических веществ, которые используются в ЕС в объеме, превышающем 10 тонн. Эти вещества входят практически во все товары повседневного пользования – от косметики до красок, от текстиля до электроники, от игрушек до чистящих средств, от консервантов до пластмасс – все, кроме продовольствия. Теперь все они должны быть зарегистрированы, исследованы, а данные переданы в создаваемое в Хельсинки Европейское химическое агентство. Срок – до 2018 года.

9. Закон «Об экспортном контроле» от 18.07.1999 г. № 183-ФЗ (ред. от 18.07.1999г.).

Закон устанавливает принципы государственной политики в области экспортного контроля, регламентирует взаимодействие контролирующих органов и субъектов хозяйственной деятельности.

Таким образом, внешнеэкономическая деятельность российского предприятия регулируется как российскими, так и международными нормативно-правовыми актами, при этом положения международных договоров имеют приоритет перед национальными законодательными нормами. Все это необходимо знать

участникам ВЭД, учитывать в своей практической деятельности и отражать в условиях внешнеторговых сделок.

1.2 Элементы внешнеторговой деятельности российских предприятий

Внешняя торговля это комплекс мероприятий, которые необходимо выполнить производителю, чтобы занять свое место в сбыте на международном рынке продукта (товаров, работ, услуг). И без глубоких знаний об условиях торговли и имеющейся конкуренции здесь трудно рассчитывать на успех.

Основными элементами внешнеторговой деятельности предприятия являются:

- Ценообразование;
- Маркетинг;
- Логистика;
- Страхование.

Ценообразование

Общеизвестно, что международная торговля эффективна, когда цена на товары не только покрывает расходы предприятия и приносит прибыль, но и обеспечивает конкурентоспособность продукции и устойчивое положение предприятия-экспортера на внешнем рынке. Существует несколько методов расчета цены контракта, и успех внешнеторговой сделки зависит от правильно выбранного способа ее установления.

Основное правило ценообразования гласит: цены экспортных и импортных контрактов должны быть ориентированы на мировые. То есть предприятия в расчетах с зарубежными партнерами применяют контрактные цены, которые формируются в соответствии с условиями и ценами мирового рынка. Мировая цена, это цена, которая используется в крупных коммерческих экспортно-импортных сделках, проводимая в международной торговле с платежом в свободно конвертируемой валюте.

На процесс внешнеторгового ценообразования, влияет ряд внешних факторов, в частности, географическая территория распространения товара, спрос на него на

международных рынках, сезонность, корректировка цены из-за ценовых изменений зарубежных конкурентов и т.д.

Для того чтобы верно рассчитать исходную цену товара, предприятия пользуются различными подходами к ценообразованию. Рассмотрим один из подходов.

Установление цены по географическому принципу. Это ситуация, когда предприятие решает, как именно рассчитывать цену для удаленных потребителей. Исходя из того, что доставка товаров последним обходится значительно дороже, чем близко расположенным покупателям, предприятие выбирает, например, так называемый метод установления цены FOB в месте происхождения товара. В этом случае товар передают перевозчику на условиях франко-борт, а все расходы по транспортировке до места назначения оплачивает сам покупатель (заказчик).

Полная противоположность вышеуказанному методу — метод установления единой цены с уже включенными в нее расходами по доставке товара.

Нечто среднее между этими двумя методами — метод установления зональных цен. В этом случае предприятие определяет несколько ценовых зон. Покупатели (заказчики) из разных стран, находящиеся в одной зоне, платят за товар одну и ту же цену. Таким образом, цена возрастает по мере географической удаленности зон.

Цена FOB (от англ. free of board) — в международной торговле означает такую цену, когда продавец несет лишь часть расходов по транспортировке и страхованию, а именно: только до момента доставки товара на борт судна. Это означает, что экспортер берет на себя все расходы по транспортировке и погрузке товара на борт судна либо на другие международные транспортные средства, а также по его страхованию до завершения погрузки. Поэтому экспортер, т.е. продавец данного товара, должен обеспечить покупателя, т.е. импортера данного товара, транспортной лицензией, оплатить экспортные налоги и пошлины.

После доставки товара на борт судна все дальнейшие расходы, связанные с перевозкой и разгрузкой товаров в порту назначения, несет исключительно импортер, т.е. покупатель данного товара. В торговом балансе той или иной страны в ценах FOB выражается экспорт. В этих же ценах выражается в платежном балансе счет движения товаров и услуг, т.е. поступления от экспорта и платежи по импорту.

Итак, для того чтобы понять, по какой цене следует продавать или покупать товар на внешнем рынке, сначала надо узнать мировую цену на аналогичный товар. Если на рынке есть конкурентный товар, характеристики и коммерческие условия поставки которого совпадают с товаром предприятия, то существующий уровень цен даст искомый ответ на вопрос о цене. Однако на практике подобные соответствия встречаются довольно редко.

Из этого следует вывод: сбор и анализ данных о действующих ценах, качестве и коммерческих условиях поставки — важнейший подготовительный этап при расчете цены.

Методические рекомендации по ценообразованию

На каждом предприятии существует собственная методика внешнеэкономического ценообразования. Вместе с тем есть и общие моменты: сначала определяют расчетную цену, затем представляют ее обоснование — конкурентный лист. Причем его составляют не только экспортеры, но и импортеры — для определения целесообразности закупки товара.

Расчетная цена определяет тот ее предельно допустимый уровень, который может быть зафиксирован в контракте. Если в ходе последующих переговоров сторонам не удастся достичь соглашения относительно цены в пределах ее расчетных значений, сделка может и не состояться. После заключения контракта в расчете внешнеторговой цены указывают номер и дату контракта, а также согласованную цену внешнеторговой сделки.

Итак, расчет составляется до начала коммерческих переговоров и является основным документом для определения уровня цены по сделке. Его утверждает либо директор предприятия, либо его заместитель в соответствии с установленным регламентом.

При расчете цен следует максимально использовать всю имеющуюся информацию о сравниваемых товарах, в частности, учитывать цены предложений предприятий-конкурентов или цены контрактов на аналогичный товар со сроками поставки. Это поможет спрогнозировать возможное изменение цены во времени — с даты поставки по контракту или даты окончания срока действия предложения на предполагаемую дату поставки закупаемого или поставляемого товара.

В качестве одного из способов определения окончательной цены контракта нередко используют приведение цен конкурентов к цене предстоящей сделки (по срокам сделок) по формуле:

$$Цп = Цк \cdot (Ип : Ик), \quad (1)$$

где Цп - приведенная цена;

Цк - конкурентная цена;

Ип - индекс изменения цен на планируемый срок предполагаемой сделки;

Ик - индекс цен на дату конкурентного материала.

Приведение цен конкурентов предполагает, что если какое-либо условие конкурента относительно аналогичного товара более выгодно покупателю, то цена конкурента корректируется (со знаком «минус») на определенную величину. И наоборот, когда выгоду покупателю несет цена предприятия-продавца, цена конкурента соответственно увеличивается.

Маркетинг

Одна из основных составляющих маркетинговой деятельности является - анализ реальных рыночных процессов, возможностей предприятия в продвижении продукта и получении прибыли от его реализации. В процессе

маркетингового исследования осуществляется систематический сбор информации о рынке сбыта продукта, каналах его распределения, методах и приемах сбыта, принципах ценообразования, мерах стимулирования сбыта, рекламы и т.п.

Некоторые основные задачи, стоящие перед специалистом по маркетингу:

- изучение возможностей и рынка сбыта во внешней торговле, обеспечение рекламы продвижения продукта;

- сбор информации о конъюнктуре рынков, ценах и иностранных фирмах (потенциальных партнерах);

- прогнозирование конъюнктуры рынков и динамики цен, участие в расчетах и обосновании (а также их контроль) контрактных цен на продукт, анализ эффективности экспортно-импортных операций в целом и отдельных сделок;

- изучение требований к качеству аналогичного продукта, уже имеющегося на внешних рынках;

- обеспечение участия предприятия в международных выставках и ярмарках.

Понятно, что маркетинг — дело недешевое, и зачастую предприятия сводят к минимуму затраты на него. Однако совсем отказываться от маркетинга и работать на «авось», тем более во внешней торговле, неразумно. Например, ведущие зарубежные фирмы не экономят на маркетинге и выделяют на изучение рынков до 15% (и более) своей прибыли, понимая, какой от этого возможен экономической эффект.

Результаты маркетинговых исследований дают ответы на такие актуальные вопросы:

- назначать ли цену на новый товар выше, ниже или на уровне конкурентов;

- как сравнивать предлагаемый товар с товарами конкурентов и нужно ли это делать;

- какие из товаров могут быть прибыльными, а какие убыточными и т.д.

Таким образом, целесообразность проведения маркетинга как основы успешной политики предприятия очевидна.

Логистика

Формирование устойчивых отношений по поводу купли-продажи товаров в рамках внешнеторговой деятельности способствует не только поступлению валюты на предприятие, но и повышению конкурентоспособности предприятия на мировых рынках.

Одной из наиболее важных внешнеторговой деятельности, являются экспортные операции, которые возникают при заключении внешнеторговой сделки и представляют собой особый вид экономических отношений. В подавляющем большинстве случаев взаимный обмен результатами хозяйственной деятельности и связанные с этим экспортные операции осуществляются в форме внешнеторгового контракта.

Логистика внешнеторговой деятельности имеет свою специфику в относящихся к ней экспортно-импортных операциях, например, в прохождении таможенных формальностей, регулировании условий доставки товаров по договорам купли-продажи на основе Инкотермс и международных правил перевозки, в оформлении транспортных, товаросопроводительных документов, страховании и т.д.

При разработке логистической стратегии необходимо учесть тот факт, что логистические структуры (фирмы, ассоциации и т.д.) играют незаменимую роль в качестве основных носителей товаров и информации во внешнеэкономической деятельности и в мировом экономическом пространстве.

Деятельность предприятия на внешнем рынке обуславливается его основной целью - миссией, определяющей деловую активность, поведение на рынке и ведущей к финансовому благополучию и стабильности.

Жесткая конкуренция на современных мировых рынках, появление новых, более дешевых и достаточно эффективных разработок, заставляют пересмотреть существующие принципы функционирования предприятия.

Речь идет о перестройке бизнеса на основе логистического подхода. Для руководителей большинства российских компаний логистические методы управления достаточно хорошо известны. В то же время во внешнеторговой деятельности они используются лишь в отдельных случаях, фрагментарно и на уровне отдельных подразделений, что отражается на качестве принимаемых решений относительно управления по всей цепи внешнеторговой поставки.

Проведем структуризацию основных стадий экспорта и соответствующих им потоков промышленного предприятия с целью совершенствования управления логистическими операциями при реализации экспортных сделок.

Под экспортом понимается вывоз товаров за пределы таможенной территории РФ без обязательства об их ввозе на эту территорию. Экспорт из России (в данном случае с промышленного предприятия) можно разделить на следующие основные стадии и определить соответствующие этим стадиям потоки:

- регистрация фирмы-экспортера как участника внешнеэкономической деятельности (информационный поток);
- переговоры по согласованию коммерческих, технических и иных условий контракта (информационный поток);
- предконтрольная подготовка и подписание контракта (информационный поток);
- получение необходимых лицензий, сертификатов, разрешений (информационный поток, финансовый поток);
- подготовка товара к поставке: упаковка, маркировка, подготовка отгрузочных документов (материальный поток, информационный поток);
- оформление паспорта сделки (информационный поток);
- экспортная таможенная очистка (информационный поток);
- поставка товара на условиях, определенных в контракте в соответствии с требованиями Инкотермс (материальный поток, транспортный поток, информационный поток);

- расчеты за поставленный товар в соответствии с условиями платежа (финансовый поток, информационный поток).

Таким образом, из представленных в данном случае стадий экспорта и соответствующих им потоков следует, что основная составляющая при экспортных сделках - это информационный поток, приобретающий особое значение в обеспечении условий внешнеторгового контракта. В частности, в составе информационного потока содержатся данные о сертификате происхождения (сертификат формы «А»), отгрузочных документах (для каждой отгрузки (партии) оборудования: упаковочный лист, транспортная накладная, страховой полис - прилагается в зависимости от базиса поставки).

Важное значение в экспортно-импортных операциях имеет транспортная составляющая. Происходящие изменения в сфере транспортных услуг, выражающиеся главным образом в переориентации рынка на потребителя, обусловили необходимость применения новых управленческих решений при организации работы общественного транспорта, потребовали создания качественно новых систем управления, способных гибко реагировать на быстро изменяющиеся условия среды и приоритеты потребителей.

Организация перевозок внешнеторговых грузов - это сложный логистический процесс, затрагивающий множество ключевых аспектов деятельности не только самих перевозчиков, но и других субъектов, обеспечивающих их организацию и контроль выполнения. Реализация каждого функционального этапа этого процесса приводит к возникновению материальных, информационных и финансовых потоков и, как следствие, к затратам, определяющим, в конечном итоге, и уровень цен на экспортные товары. По оценкам специалистов, транспортные расходы составляют от 40 до 60% от общей цены продукции. Снижение уровня этих затрат является одной из важнейших задач транспортной логистики, занимающейся решением оптимизационных задач перемещения за

пределы России требуемого количества продукции в нужное место, лучшим маршрутом за требуемое время и с наименьшими затратами.

Одним из основных условий повышения доли рынка транспортных услуг, предоставляемых российскими перевозчиками и экспедиторами, в том числе, и для реализации внешнеэкономической деятельности предприятий, является достижение высокого уровня качества транспортно-логистического обслуживания, отвечающего международным стандартам. Необходима разработка системных отраслевых и межотраслевых стандартов, регламентирующих экспедиторскую деятельность при реализации транспортных проектов.

С точки зрения экспортеров-грузоотправителей, требуется, чтобы транспортные компании могли предоставить логистические услуги, учитывающие:

- скидки на свои тарифы;
- небольшие сроки доставки;
- обеспечение информации о доставке;
- возможность складировать товар для последующей доставки;
- переадресование заказа;
- возможность организовать систему слежения за прохождением заказа.

При осуществлении транспортно-складских операций перед специалистами службы логистики предприятия стоит задача минимизации запасов продукции, хранящейся на складе. Главным принципом системы складского контроля является принцип Just in time. Вся продукция должна заказываться строго под конкретного потребителя и после подтверждения факта оплаты, что часто практикуется во внешнеэкономической деятельности при формировании финансового потока. Служба логистики должна организовать работу таким образом, чтобы продукция доставлялась с таможенного склада или от поставщика непосредственно на склад получателя. Тем самым, достигается сокращение затрат

на погрузо-разгрузочные операции, складирование, хранение, транспортировку и устранение опасности появления неликвидов.

Эффективное использование принципов и методов логистики позволит руководству предприятия высвободить финансовые средства на дополнительные инвестиции. Внедрение логистического управления ВЭД позволит также снизить уровень запасов продукции в снабжении, производстве и сбыте, ускорить оборачиваемость вложенного капитала, снизить себестоимость производства, обеспечить удовлетворение потребностей потребителей. В центре внимания системы логистического управления должен находиться процесс выполнения заказов потребителей. В последние годы наблюдается тенденция повышения уровня требований, предъявляемых потребителями к качеству логистического сервиса. С развитием рыночных отношений потребители получают все больше возможностей для сравнения и выбора лучшего обслуживания.

Качество логистического обслуживания ВЭД - это удовлетворение потребностей зарубежных потребителей, выраженное в надлежащем выполнении поставок, отсутствии ошибок, эффективном предоставлении услуг и постоянном стремлении к повышению уровня обслуживания, соответствии уровня обслуживания стандартам потребителя, условиям внешнеторгового контракта или обычно предъявляемым требованиям к качеству обслуживания.

Для реализации перечисленных требований на предприятии целесообразно создание службы логистики, задача которой - увязать в единую систему задачи логистического управления внутренними бизнес-процессами компании с бизнес-процессами зарубежных партнеров и потребителей. Понимание выгод эффективного взаимодействия функциональных подразделений и службы логистики, наличие современной системы коммуникации между подразделениями, поддержка высшего менеджмента способны внести значительный вклад в реализацию стратегической цели предприятия.

Страхование

Внешнеэкономическое страхование охватывает комплекс видов страхования, обеспечивающих защиту интересов отечественных и зарубежных участников тех или иных форм международного сотрудничества. Оно включает страхование экспортно-импортных грузов, перевозящих их средства транспорта (суда, самолеты, автотранспорт и т.д.), внешнеторговой деятельности. В зависимости от содержания соответствующих контрактов расходы по страхованию может нести любая из сторон, которая выбирает страховую компанию и условия страхования.

Услуги по страхованию во внешнеторговой деятельности на территории Российской Федерации осуществляются в соответствии с федеральными законами о страховой деятельности, в частности с Федеральным законом «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» (с изменениями от 10 февраля 1999 г.). Государство в целях стимулирования экспорта может участвовать в системе страхования экспортных кредитов. Коммерческие риски во внешнеторговой деятельности страхуются на добровольной основе по договорам страхования с российскими или иностранными страховщиками (юридическими лицами).

Важное условие договора страхования экспортных кредитов - так называемый срок ожидания платежа. Согласно этому условию, ответственность страховщика не наступает немедленно после того, как по торговому или договору оказания услуг не произведен платеж в обусловленное время или на оговоренную дату, а по истечении определенного срока, обычно 60—90 дней. Этот срок необходим для выяснения причин неплатежа и принятия мер по их устранению. Страхование экспортных кредитов от неплатежа производится чаще всего специализированными учреждениями и обществами, которые обычно принадлежат государству или в которых государство имеет контрольный пакет акций.

Принимая во внимание специфику страхования экспортных кредитов или риска неплатежа, тарификация по нему требует индивидуального подхода к каждому конкретному случаю. При установлении ставок премии учитываются: общий срок и сумма кредита, размер первоначального платежа, сроки частичного погашения кредита на определенные даты, объект поставок в кредит или вид оказываемых услуг. Важным фактором при рассмотрении вопроса о принятии риска на страхование является необходимость недопущения кумуляции. В любом случае страхование экспортных кредитов следует рассматривать как фактор, стимулирующий развитие внешнеэкономических связей.

Развивается страхование совместных предприятий. При вхождении на рынок нашей страны совместные предприятия организуют рекламную демонстрацию своей продукции путем широкого проведения выставок. И этой связи большую роль играет не столько страхование выставочных павильонов и экспонатов, сколько страхование ответственности организаторов выставок за вред, который может быть причинен третьим лицам, в частности посетителям.

Страхованием охватываются имущество и персонал наших посольств и других организаций, осуществляющих свою деятельность за границей, а также арендованные помещения и имущество иностранных посольств и других представительств, аккредитованных в СНГ.

Во внешнеэкономических связях страхуются сделки, заключаемые с иностранными контрагентами. На платежном балансе страны страховые операции отражаются тогда, когда страхователь, страховщик или выгодоприобретатель является иностранным юридическим или физическим лицом.

Центральное место в страховании внешнеэкономической деятельности занимает транспортное страхование и страхование экспортных кредитов.

При транспортном обслуживании внешнеторговых операций страхуются транспортные средства, внешнеторговые грузы, а также ожидаемая прибыль и комиссия, фрахт и другие расходы, связанные с перевозкой. Договор

транспортного страхования может быть заключен на следующих условиях: с ответственностью за все риски, с ответственностью за частную аварию, без ответственности за повреждения, кроме случаев крушения. Основными документами для доказательства интереса считаются: при страховании груза - коносамент, накладная и другие перевозочные документы, фактура и счета, если по содержанию этих документов страхователь имеет право распоряжаться грузами; при страховании фрахта-чартер-партия, коносаменты и др.

Страхование экспортных кредитов — вид страхования, охватывающий кредитные риски. Кредитные риски — это вероятность неоплаты задолженности по платежам и обязательствам в установленный срок. Во внешнеторговых сделках они связаны, прежде всего, с просрочкой платежа по вине покупателя вследствие его недобросовестности или неплатежеспособности. Подобные риски, лежащие на стороне заемщика, относятся к коммерческим. Специфическим кредитным рискам относятся риски, возникающие при выходе на новые рынки, вызванные непредвиденным ростом издержек производства (инфляционный риск) или изменением валютного курса (валютный риск).

Государственное страхование экспортных кредитов используется как один из инструментов внешнеторговой политики, позволяющей регулировать объемы и географию экспортного кредитования.

1.3 Современные подходы к организации внешнеторговой деятельности.

Организация внешнеторговой деятельности предприятия:

Современная геополитическая ситуация, связанная с антироссийскими санкциями и экономическим спадом, обуславливает поиск новых и расширение существующих внешних рынков сбыта для экспорта российской продукции.

Каждое предприятие при осуществлении внешнеторговой деятельности проходит ряд организационных, экономических, производственных, и коммерческих процедур.

Деятельность предприятия по созданию конкурентного продукта, потенциально возможно для его экспортной поставки на внешний рынок, содержит ряд направлений, каждое из которых включает определенные внешнеэкономические функции. Для повышения эффективности внешнеторговой деятельности предприятия большое значение имеет их грамотное распределение и логистика. Классификация направлений деятельности предприятия с отнесенными к ним внешнеэкономическими функциями делится на три группы (см. таблицу 2).

Таблица 2. Классификация направлений деятельности предприятия и внешнеторговые функции предприятий.

Направление деятельности	Внешнеторговые функции
Производственно-хозяйственные	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск и создание экспортного продукта. 2. Оценка конкурентоспособности экспортного продукта. 3. Обеспечение технико-экономических параметров и требований экспортного производства. 4. Прогноз внутрипроизводственных ресурсов. 5. Поиск источников материальных ресурсов. 6. Обеспечение производства экспортной продукции. 7. Выбор экспортной стратегии предприятия. 8. Установление связей с внутренними партнерами.

Направление деятельности	Внешнеторговые функции
Организационно-экономическое	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые исследования внешних рынков. 2. Анализ конъюнктуры экспортного рынка. 3. Поиск иностранного партнера. 4. Изучение обстоятельств работы на рынке иностранного партнера. 5. Выбор форм и методов работы на внешнем рынке. 6. Обеспечение выхода на внешний рынок. 7. Организация внешнеторговой рекламы. 8. Планирование внешнеторговой операции. 9. Логистика. 10. Привлечение посредника.
Оперативно-коммерческая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка внешнеторговой сделки: <ul style="list-style-type: none"> - установление контакта с партнером; - расчет экспортной цены; - проведение переговоров; - подготовка проекта контракта; - согласование условной сделки. 2. Выбор предмета сделки: <ul style="list-style-type: none"> - товар; - работы; - услуги. 3. Выбор типа сделки: <ul style="list-style-type: none"> - купля-продажа; - арендная; - подрядная; - компенсационная. 4. Определение основных условий контракта: <ul style="list-style-type: none"> - базисных условий поставки;

Направление деятельности	Внешнеторговые функции
	<ul style="list-style-type: none"> - вида транспортировки; - условий и форм расчета и др. 5. Подписание контракта. 6. Исполнение контракта.

Источник статья из научно-аналитического журнала УрГЭУ «Управленец» №2/60/ 2016.
 Название статьи : «Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятия»

Производственно-хозяйственное направление включает перечень внешнеторговых функций по обеспечению создания продукции, способной конкурировать на внешнем рынке. Так же проводится анализ потенциальных внешних рынков сбыта. На данном этапе разрабатывается стратегия предприятия по экспорту продукции.

Таким образом, на данном этапе задействуются все необходимые производственно-хозяйственные функции участника внешнеторговой деятельности.

Организационно-экономическое направление содержит ряд внешнеэкономических функций по поиску и выбору форм и методов работы на внешнем рынке, проведение подробного анализа конкретного внешнего рынка.

Оперативно-коммерческое направление включает группу внешнеэкономических функций, связанных с подготовкой, заключением и исполнением внешнеторгового контракта.

Суть научного подхода к совершенствованию внешнеторговой деятельности предприятия заключается в комплексной организации данного процесса, с включением в него всей совокупности возможных действий экспортера в современных условиях с учетом их важности и взаимосвязи.

Важным первоначальным этапом является формирование перечня зарубежных рынков сбыта продукции, его подробный анализ и изучение.

После определения, с какими странами отечественный производитель предпочитает вести внешнеторговое сотрудничество, следует изучить

обстоятельства работы на рынке иностранного партнера, тонкости законодательного регулирования отрасли, в том числе процесса регистрации изделия, требований по сертификации.

Далее необходима разработка концепции освоения иностранного рынка и реализации сбыта.

В качестве примера можно привести реактивный подход и проактивный подход.

Реактивный подход подразумевает выбор предприятием пассивной позиции, ожидание случайных заказов и применение только базовых действий при заключении внешнеторгового договора.

Проактивный подход нацелен на активизацию поиска потенциальных рынков.

В совокупности эти подходы требуют определенного объединения и совершенствования с целью увеличения их практической значимости для предприятий во внешнеторговой деятельности.

Таким образом, данные предложенные подходы к совершенствованию внешнеторговой деятельности предприятия, будут способствовать увеличению составляющей внешнеторговой деятельности российских предприятий.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «НЗХС»

2.1 Организационно-экономическая характеристика АО «НЗХС»

Полное наименование юридического лица: Акционерное общество «Новотроицкий завод хромовых соединений». Сокращенное наименование юридического лица: АО «НЗХС».

Адрес место нахождения: 462353, Российская Федерация Оренбургская область, город Новотроицк, улица Промышленная дом 49.

Генеральный директор В.И. Измалкин.

Акционерное общество «Новотроицкий завод хромовых соединений» (АО «НЗХС») принадлежит к химической отрасли, производящей хромовые соединения, а именно: окись хрома пигментная, хромовый ангидрид, бихромат натрия, натрий серноокислый технический. Полное описание продукции представлено в таблице 3. Помимо традиционных продуктов химической отрасли за последние годы освоено производство хрома металлического, феррохрома низкоуглеродистого, хрома электролитического.

Таблица 3 . Описание продукции

Наименование продукции	Область применения	Тара	Упаковка
1. Натрий серноокислый технический ГОСТ 6318-77	- В целлюлозно-бумажной, химической, стекольной промышленности; - Для производства синтетических моющих средств.	- Контейнеры разового использования типа Биг-Бег с термостойким полиэтиленовым вкладышем, нетто 1000 кг.	
2. Бихромат натрия технический	- В кожевенной и меховой промышленности для дубления кож и мехов; - В химической	- Контейнеры типа Биг-Бег нетто 1000 кг; - Металлические барабаны нетто 75 кг;	- на паллетах, обтянутых термоусадочной пленкой;

Наименование продукции	Область применения	Тара	Упаковка
(дихромат натрия) ГОСТ 2651-78	<p>промышленности при производстве неорганических пигментов, катализаторов и других хромсодержащих соединений;</p> <p>- В текстильной промышленности при крашении тканей в качестве протравы;</p> <p>- В ряде других отраслей промышленности в составе пассивирующих смесей, антифриза для двигателей, очистки ацетилена и химических реактивов.</p>	- Полиэтиленовые мешки 25 кг нетто.	- на паллетах, обтянутых стрейч-пленкой.
3. Ангидрид хромовый технический (хромовая кислота) ГОСТ 2548-77	<p>- В производстве металлического хрома высокой чистоты, сверхтвердых материалов, некоторых катализаторов для процессов хромирования, хроматирования и пассивирования;</p> <p>- В производстве электролитического хрома, производстве катализаторов;</p> <p>- В производстве литья в</p>	<p>- Сертифицированные в соответствии с требованиями ООН неокрашенные металлические барабаны, нетто 50 кг;</p> <p>- Сертифицированные в соответствии с требованиями ООН металлические барабаны со съёмным верхним днищем, нетто 250 кг;</p> <p>- Сертифицированные</p>	<p>- на паллетах, обтянутых термоусадочной пленкой;</p> <p>- на паллетах, обтянутых стрейч-пленкой.</p>

Наименование продукции	Область применения	Тара	Упаковка
	составе формовочных и стержневых смесей, для процессов травления и других целей.	в соответствии с требованиями ООН металлические барабаны со съёмным верхним днищем, нетто 50 кг.	
4. Окись хрома техническая (пигментная) ГОСТ 2912-79	<ul style="list-style-type: none"> - В лакокрасочной промышленности для производства эмалей и красок; - В производстве строительных материалов в качестве пигмента; - В машиностроительной промышленности в качестве абразивных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> - Мешки бумажные, нетто 25 кг; - Контейнеры разового использования типа БИГ-БЕГ с полиэтиленовым вкладышем, нетто 1000 кг. 	<ul style="list-style-type: none"> - на паллетах, обтянутых термоусадочной пленкой; - на паллетах, обтянутых стрейч-пленкой.

Источник официальный сайт АО «НЗХС»

Акционерное общество «Новотроицкий завод хромовых соединений» (АО «НЗХС») одно из градообразующих промышленных предприятий г. Новотроицк Оренбургской области.

Новотроицкий завод хромовых соединений был основан в 1963 г. Его строительство было вызвано острой нехваткой хромовых соединений во многих отраслях промышленности бывшего СССР. Хромовые соединения, выпускаемые заводом, применяются сегодня в металлургической, текстильной, целлюлозно-бумажной, горно-обогатительной, кожевенной, лакокрасочной, химической, стекольной промышленности, машиностроении, судостроении, а также для производства синтетических моющих средств.

Предприятие ежегодно увеличивает объемы производства. В последние годы проводится большая работа по техническому перевооружению производств, освоению новых видов продукции на действующих производственных площадях, а также расширению производств и новому строительству за счет собственных средств.

Организационная структура управления АО «НЗХС» представлена в Приложении А.

Для организации коммерческой деятельности по реализации готовой продукции на предприятиях создается служба сбыта.

Положение об отделе представлено в Приложении Б.

Экономическая характеристика предприятия

В качестве основных факторов, влияющих как на состояние отрасли в целом, так и на деятельность общества, за отчетный 2016 год является влияние кризиса мировой экономики, неопределенность на мировых финансовых рынках, геополитическая напряженность, санкции со стороны ЕС и США.

Для стабилизации своего положения в отрасли АО «НЗХС» предпринимает меры по снижению себестоимости продукции, повышению качества продукции, услуг, получению новых видов продукции, улучшению экологической безопасности, по максимально возможному переходу завода на прямые связи с предприятиями — производителями и потребителями материальных ресурсов, по направлению рынка сбыта продукции в азиатские страны. Осуществление данного комплекса мер позволяет обществу достигать финансовую стабильность предприятия и сохранять лидирующие позиции в производстве хромовых соединений.

Анализ финансового состояния предприятия

Рассмотрим основные технико-экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности АО «НЗХС» (см. таблица 1).

Таблица 1 – Основные экономические показатели АО «НЗХС» за 2014 –

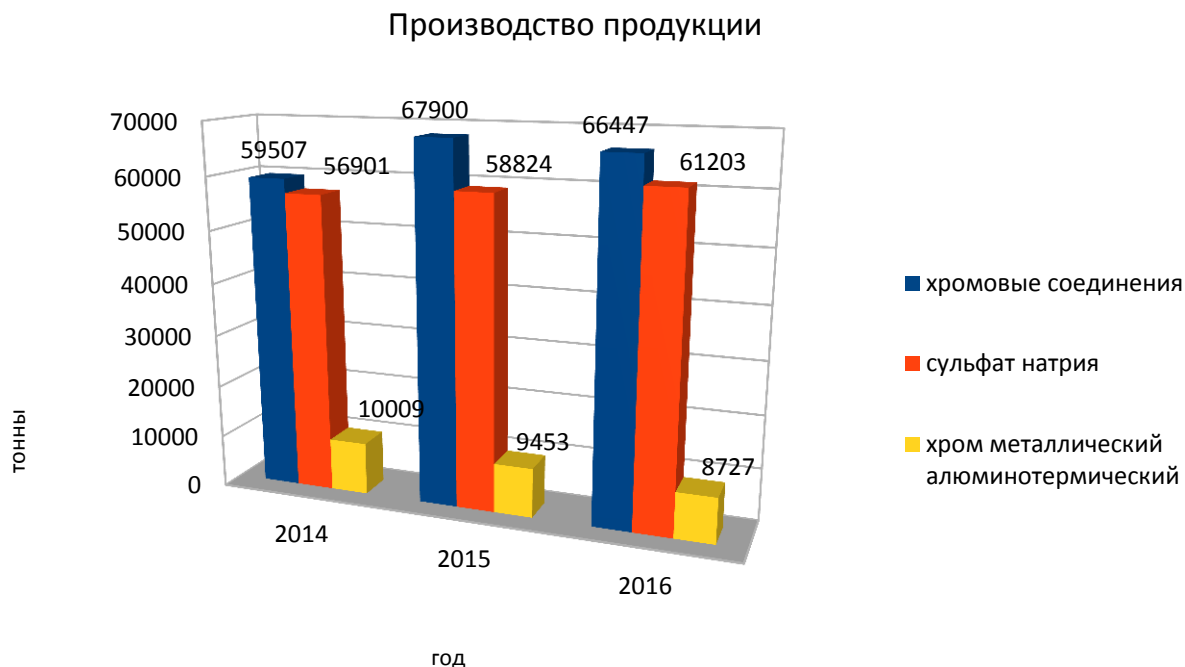
2016 гг.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение 2016 г. (+/-)	
				от 2015 г.	от 2014 г.
1. Реализованная продукция, млн. р.	167456	187673	176567	-11106	9111
2. Среднесписочная численность, чел.	1303	1 355	1 409	54	106
4. Фонд оплаты труда, млн. р.	516 605	614 166	652 116	37 950	135511
5. Среднемесячная заработная плата, тыс. р.	32,7	33,4	34,5	1,1	1,8
6. Себестоимость реализованной продукции, млн. р.	132567	154389	145789	-8600	13222
7. Затраты на 1 рубль реализованной продукции, р.	0,34	0,46	0,86	0,4	0,52
8. Прибыль (убыток) отчетного периода, в руб	1 012 826 68	1 770 301	1 657 7	-112 514	757 474
8.1. Прибыль (убыток) от реализации продукции	5606,2	7174,3	8460,5	1286,2	1 568,1
9. Чистая прибыль (убыток), млн. р.	1013	1770	1658	-112	757
12. Фондоотдача, р.	4,7	5,4	4,7	-0,7	0
11. Оборотные средства, млн. р.	98564	104890	109416	4526	10852
14. Рентабельность продукции, %	0,8	1,2	1,4	0,6	0,2
15. Рентабельность продаж, %	0,6	0,9	1,1	0,2	0,5
16. Рентабельность	0,5	0,7	0,9	0,4	0,2

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Отклонение 2016 г. (+/-)	
				от 2015 г.	от 2014 г.
производства, %					

Анализ объема произведенной и реализованной продукции

Объем производства (рисунок) и объем реализации продукции являются взаимосвязанными показателями. В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного спроса на первое место выдвигается объем производства продукции. Но по мере насыщения рынка и удовлетворения количественного спроса, усиления конкуренции уже не производство, а сбыт определяет цели предприятия. В условиях конкурентной борьбы предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может реально реализовать.



Объем производства основных видов продукции, тыс. тонн в год

Наименование продукции	Проектная Мощность	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Натрий сернокислый	70	56,7	60	63
Бихромат натрия 75,5%	56	15	15	17
Ангидрид хромовый технический	14	3,0	3,0	3,0
Окись хрома пигментная	10	3,0	3,0	3,0

Темпы роста объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия.

Таким образом, в 2016 году по сравнению с 2015 годом фактический объем произведенной продукции АО «НЗХС» сократился на 11106 млн. р.

Из данных, рассчитанных в таблице 1, следует, что реализация продукции в 2016 году сократилась на 6 % в сравнении с 2015 годом и увеличилась на 5 % по сравнению с 2014 годом. В результате объем реализованной продукции в целом за период сократился на 11 106 млн. р. и в 2007 году составил 176567 млн. р.

Проведем анализ реализованной продукции ОАО «Горизонт» за 2006 – 2007 гг. (таблица. 4).

Таблица 4 – Анализ факторов изменения объема реализации АО «НЗХС» за 2015 – 2016 гг., млн. р.

Показатели (в отпускных ценах предприятия, принятых в плане)	2015 год	2016 год	Влияние факторов на объем реализации (+, -)
1. Остаток готовой продукции на начало года	5678	7689	2011
2. Выпуск продукции	190859	176567	-14292
3. Списание недостачи и потерь	456	512	56
4. Остаток готовой продукции на конец	7689	9789	2100

Показатели (в отпускных ценах предприятия, принятых в плане)	2015 год	2016 год	Влияние факторов на объем реализации (+, -)
года			
5. Отгрузка продукции за год	185567	174345	-11222
6. Остатки товаров отгруженных покупателям на начало года, всего в том числе:	2345	4567	2222
а) срок оплаты которых не наступил	1023	1345	322
б) не оплаченные в срок потребителем	98	108	10
в) находящиеся на ответственном хранении у покупателей	145	765	620
7. Остатки товаров отгруженных покупателям на конец года	4567	6541	1974
а) срок оплаты которых не наступил	2345	2890	545
б) не оплаченные в срок потребителем	134	87	-47
в) находящиеся на ответственном хранении у покупателей	456	467	11
8. Реализация продукции за год	187673	176567	-11106

Как следует из данных, представленных в таблице 2, на изменение объема реализованной продукции ОАО «Горизонт» в 2016 году по сравнению с 2015 годом повлияли следующие факторы:

а) За счет увеличения отгрузки продукции за год объем реализованной продукции сократился на 11222 млн. р., в т.ч.:

1) за счет увеличения остатка готовой продукции на начало года объем реализованной продукции увеличился на 2100 млн. р.;

2) за счет снижения выпуска продукции объем реализованной продукции сократился на 14292 млн. р.;

3) за счет снижения списания недостач и потерь объем реализованной

продукции увеличился на 56 млн. р.;

4) за счет снижения остатка готовой продукции на конец года объем реализованной продукции увеличился на 2100 млн. р.;

б) За счет увеличения остатков товаров ,отгруженных покупателям на начало года, объем реализованной продукции увеличился на 2222 млн. р., в т.ч.:

1) за счет увеличения остатков товаров, срок оплаты которых не наступил на начало года, объем реализованной продукции увеличился на 322 млн. р.;

2) за счет снижения остатков товаров, не оплаченных в срок потребителем на начало года, объем реализованной продукции снизился на 10 млн. р.;

3) за счет увеличения остатков товаров, находящихся на ответственном хранении у покупателей на начало года, объем реализованной продукции увеличился на 620 млн. р.;

в) За счет снижения остатков товаров, отгруженных покупателям на конец года, объем реализованной продукции увеличился на 1974 млн. р., в т.ч.:

1) за счет снижения остатков товаров, срок оплаты которых не наступил на конец года, объем реализованной продукции увеличился на 545 млн. р.;

2) за счет снижения остатков товаров, не оплаченных в срок потребителем на конец года, объем реализованной продукции уменьшился на 47 млн. р.;

3) за счет снижения остатков товаров, находящихся на ответственном хранении у покупателей на конец года, объем реализованной продукции увеличился на 11 млн. р.

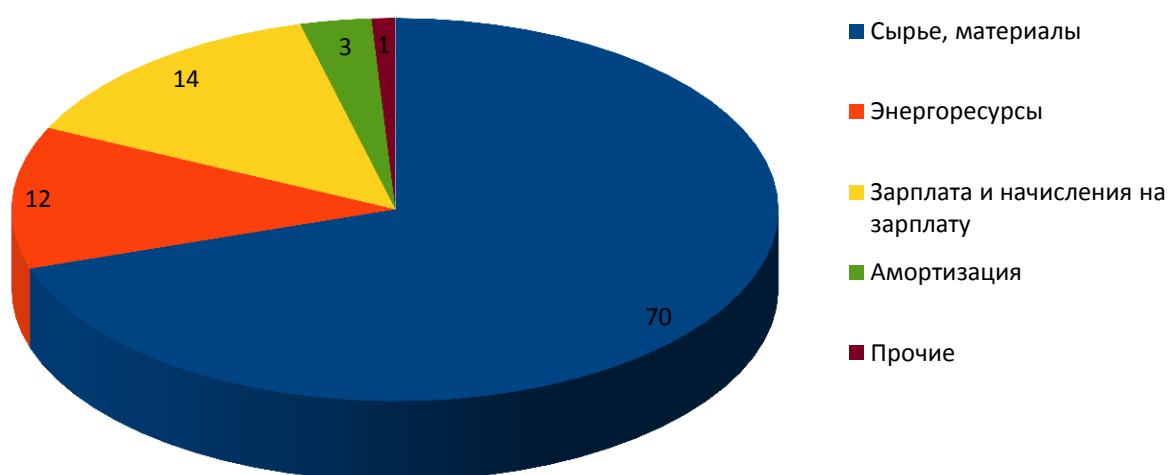
Анализ себестоимости, прибыли

Себестоимость

Расчеты по себестоимости продукции произведены в соответствии с бухгалтерской отчетностью, которая сформирована организацией исходя из действующих в Российской Федерации правил ведения бухгалтерского учета и отчетности, а также принятой в обществе учетной политикой. Достоверность бухгалтерской отчетности за 2016 год подтверждается заключением аудитора

общества и ревизионной комиссией общества. Эмитент не имеет дочерних обществ и на него не возложено составление сводной бухгалтерской отчетности. Эмитент не имеет филиалов и представительств.

Продукция эмитента относится к материалоемким производствам, 70% в себестоимости составляют сырье и материалы, поэтому рост цен на материальные



ресурсы оказывает существенное влияние на формирование затрат. Затраты на рубль товарной продукции по сравнению с 2015 годом увеличиваются на 5,7 коп., в том числе за счет роста уровня удельных переменных затрат (+2,9 коп), роста уровня постоянных затрат (+2,0 коп), изменения оптовых цен на продукцию (+0,9 коп), изменения структуры (-0,1 коп).

Рисунок 2 Структура себестоимости в %

Направления научно-исследовательской работы

Исследовательская лаборатория продолжает разработку новых технологий, в том числе поиск технологий, способствующих сокращению отходов производства. Отрабатываются опыты по переработке и очистке шлама, шлака, хромхроматной пульпы. Проводится работа по расширению ассортимента продукции, улучшению

качества окиси хрома. Часть исследовательских работ направлена на подбор менее затратных способов получения окиси хрома металлургической. Проводятся исследования, направленные на совершенствование действующих технологий.

Запасы.

Состав основного сырья и материалов остался прежним. В залог материально-производственные запасы не передавались. Запасы сырья и материалов на начало и конец отчетного года не претерпели существенных изменений; к окончанию 2016 года на 350 млн руб уменьшаются остатки готовой продукции и составляют 620 млн руб.

Основные средства.

Основные средства АО «НЗХС» не обременены никакими обязательствами. Переоценка основных средств не проводилась. Объектов основных средств, нематериальных активов, приобретенных в обмен на другое имущество, отличное от денежных средств, не было. Первоначальная стоимость основных средств изменялась в случаях достройки, реконструкции и частичной ликвидации. По объектам основных средств, введенным в эксплуатацию в 2016 году, приняты сроки полезного использования от 5 до 8 лет. Амортизация начислена линейным способом. В нематериальных активах общества числится товарный знак и три патента на изобретение, созданные самой организацией.

Первоначальная (восстановительная) стоимость основных средств на 31.12.2016г. составляет 1 976 632 тыс. рублей, за период 2016 года возрастает на 426 537 тыс руб.

Начислено амортизации за 2016 год 155 505 тыс. рублей

Коэффициент износа основных фондов, равный 40%, свидетельствует об удовлетворительном состоянии основных фондов.

Фондоотдача основных средств за 2016 год составляет 4,7 рубля с одного

рубля выручки от продаж (в 2015 году фондоотдача составила 5,4 руб).

Инвестиции в основной капитал.

Источником инвестиций деятельности общества является начисленная амортизация основных средств в сумме 155 млн руб и чистая прибыль общества, выделенная на развитие производства в сумме 55 млн руб. За отчетный 2016 год освоено капитальных вложений на сумму 210 млн. рублей.

Таблица 7 Численность, фонд заработной платы и социальное обеспечение

Наименование показателя	2015 год	2016 год	Превышение к уровню 2015 года
Средняя численность работников, чел	1355	1409	54
Фонд начисленной зарплаты за отчетный период, тыс руб	614 166	652 116	37950
Выплаты социального характера работников за отчетный период, тыс руб	1 048	3 184	2 136
Всего:	615 214	655 300	40 086

Таблица 8 Состояние чистых активов

Показатель	2014 год	2015 год	2016 год
Стоимость чистых активов, в тыс руб	4 700 668	4 786 095	5 881 000

Чистые активы рассчитаны на основании Приказа Министерства Финансов Российской Федерации № 84 н от 28.08.2014 г. «Об утверждении Порядка определения стоимости чистых активов». Чистые активы общества выше уставного и резервного капитала. Динамика чистых активов к концу 2016 году свидетельствует о наращивании собственного капитала, представлена на рисунке 3.

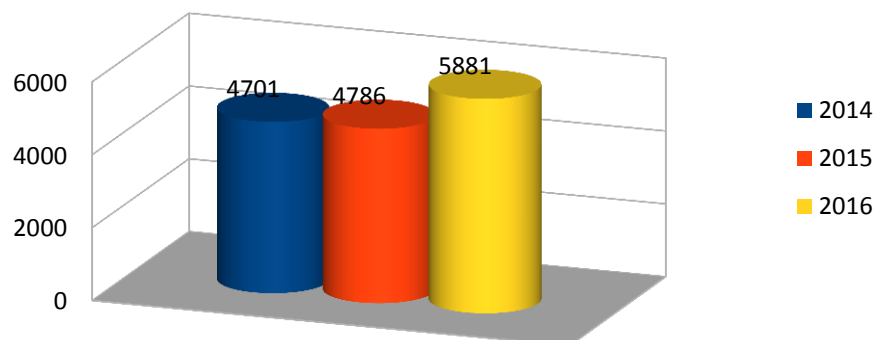


Рисунок 3 Динамика чистый активов, в млн руб

Капитал общества

Уставный капитал АО «НЗХС» соответствует учредительным документам общества. Подробное описание капитала представлено в таблице 9. В обращении находится 186611 обыкновенных именных акций бездокументарной формы номинальной стоимостью один рубль за акцию, государственный регистрационный номер – 1-01-03126-Е. Общая структура уставного капитала на 31 декабря 2016 года выглядит следующим образом: доля иностранных (Украина, Беларусь) зарегистрированных лиц 0,1%, российских зарегистрированных лиц 99,9 %.

Прибыль на 31.12.2015 года и ее распределение. Прибыль к распределению на годовом общем собрании акционеров за 2015 год равна 1 860 851 238,04 руб, она включает:

- 1 022 829 427,12 руб — не распределенная часть прибыли с 2014 года
- 837 246 210,92 руб – это прибыль 2015 года в сумме 1770 301 210,92 руб за минусом выплаченных промежуточных дивидендов на сумму 933 055 000 руб
- 775 600 руб - не выплаченные дивиденды по истечении срока требований зачислены в не распределенную прибыль.

Прибыль на 31.12.2016 года.

Прибыль к распределению на годовом общем собрании акционеров за 2016 год составляет 1 657 205 114,89 руб, в том числе:

- 559 251 238,03 руб — не распределенная часть прибыли с 2015 года

- 1 097 825 951,92 руб- прибыль 2016 года (прибыль за 2016 год в сумме 1 657 658 951,92 руб за минусом выплаченных промежуточных дивидендов на сумму 559 833 000 руб)

- 127 924,94 руб — сумма дооценки основных средств при их ликвидации списана с добавочного капитала и зачислена в не распределенную прибыль.

Таблица 9. Капитал общества

Показатели	2015 год	2016 год
Уставный капитал, в руб.	186 611	186 611
Резервный капитал, в руб.	47 065	47 065
Добавочный капитал (переоценка внеоборотных активов), в руб.	92 728 800	92 600 875
Не распределенная прибыль прошлых лет, в руб	1 022 829 427	559 251 238
Прибыль отчетного года, в руб.	1 770 301 211	1 657 786 877
Капитал и резервы, в руб.	4 784 645 691	5 880 999 568

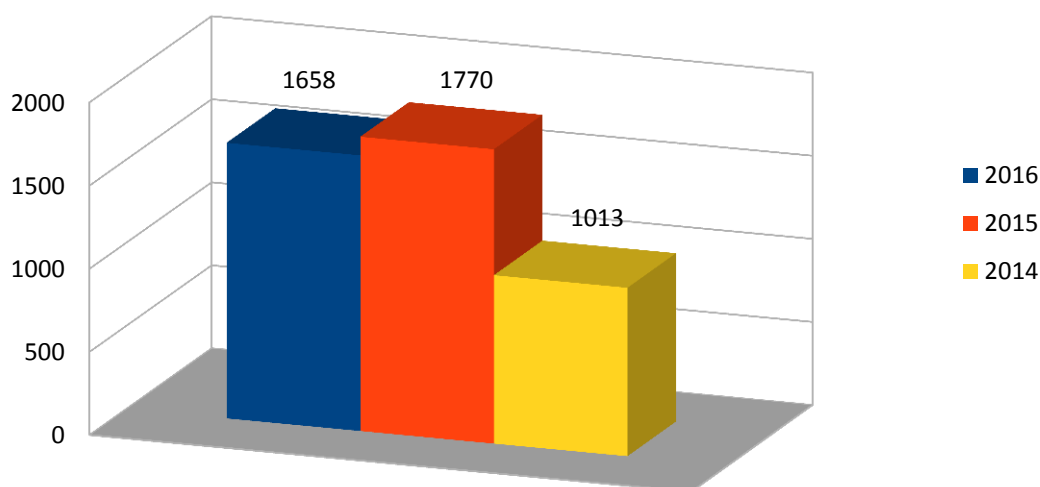


Рисунок 4 Чистая прибыль, млн руб

2.3 Анализ внешнеторговой деятельности АО «НЗХС»

АО «НЗХС» является одним из крупнейших отечественных экспортеров хромовых соединений. Его продукция используется во многих странах. Так как область применения ее очень широка.

На пять континентов простирается сегодня география поставок продукции открытого акционерного общества «Новотроицкий завод хромовых соединений». Основными партнерами предприятия являются: среди стран СНГ – Белоруссия, Украина, Казахстан, среди европейских стран - Германия, Италия и Китай..

Рынок химической продукции в страны СНГ в ближайшие годы будет иметь размер около 150 тыс. тонн. с ежегодным приростом около 12-16%. Данные о емкости рынка стран СНГ приведены в таблице 7.

Рынок продаж СНГ в 2016 году имеет размер порядка 86 тыс. тонн основной продукции завода. Темп роста рынка в 2015 г. составил 131. Темп роста рынка в 2016 г. снизился, решающую роль в снижении показателей сыграла девальвация рубля, которая последовала за сильнейшим падением цен.

В то же время следует отметить снижение удельного веса продукции АО «НЗХС», поставляемой на экспорт (таблица 8). Структура продаж продукции АО «НЗХС» по рынкам сбыта в 2016 году представлена также на рисунке 7.

Таблица 7 – Емкость рынка химической продукции стран СНГ в натуральном выражении, тыс. тонн.

Показатель	2015 г.	2016 г.
Экспорт химической продукции из РФ, всего:	689	654
В том числе экспорт АО "НЗХС", всего:	56	46
Произведено предприятиями РФ	890	967
Произведено предприятиями Казахстана	45	50
ИТОГО: произведено в СНГ	1230	1345
Ёмкость рынка химической продукции, всего:	1478	1567

Таблица 8 – Структура продаж продукции АО «НЗХС» по рынкам сбыта, %

Показатель	2014 год		2015 год		2016 год		Отклонение 2016 г. от 2015 г. (+/-)		Отклонение 2016 г. от 2014 г. (+/-)	
	сумма, млн. р.	уд. вес, %	сумма, млн. р.	уд. вес, %	сумма, млн. р.	уд. вес, %	по сумме, млн. р.	по уд. весу, %	по сумме, млн. р.	по уд. весу, %
Внутренний рынок	35 789	21,4	40 567	21,5	38 567	21,8	- 2 000	0,3	2 778	0,4
Ближнее зарубежье	46 789	28	55 984	30	50 987	28,9	- 4 997	- 1,1	4 198	0,9
Дальнее зарубежье	84 878	50,6	91 122	48,5	87 013	49,3	- 4 109	0,8	2 135	-1,3
Итого	167 456	100,0	187 673	100,0	176 567	100,0	- 11 106	-	9 111	-

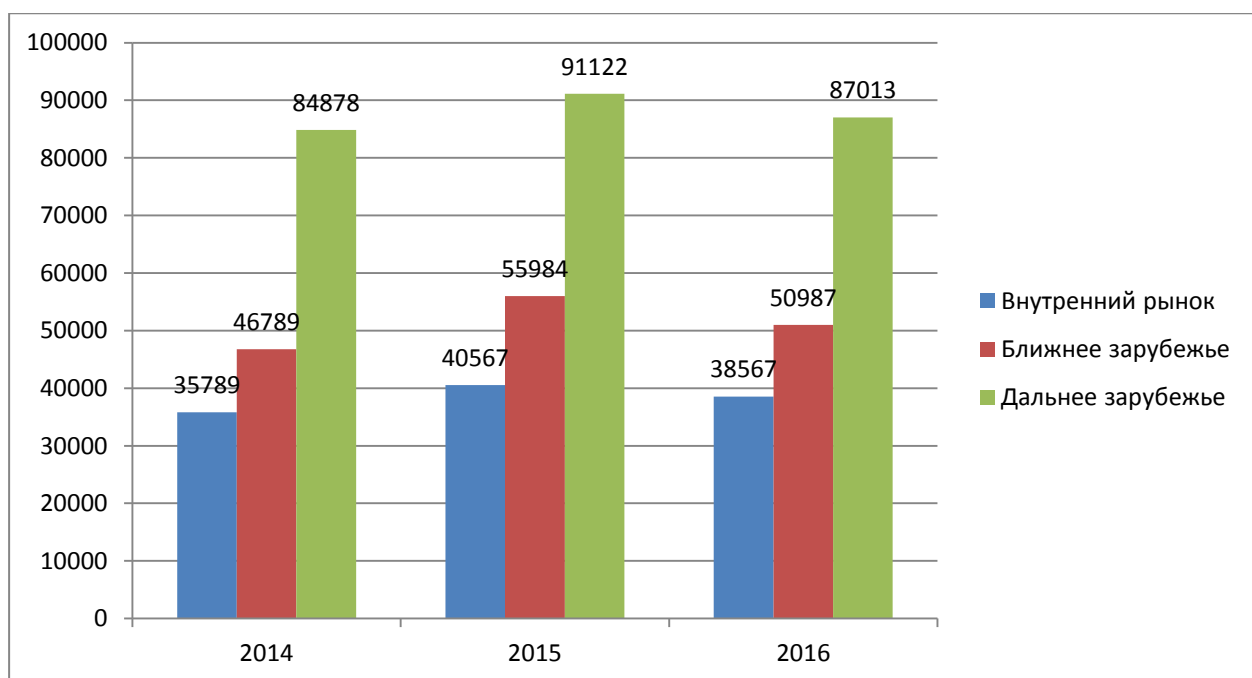


Рисунок 7 – Структура продаж продукции АО «НЗХС» по рынкам сбыта

Как следует из данных, представленных в таблице 8, доля экспорта в общем объеме продаж в 2016 году по сравнению с 2015 годом сократилась на 1,1 %, а по сравнению с 2014 годом увеличилась на 0,9 %. При этом выручка от реализации продукции на экспорт сократилась в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 11 106 млн. р., а по сравнению с 2014 годом увеличилась на 9 111 млн. р.

Таким образом, можно судить о снижении поставок продукции АО «НЗХС» на внешние рынки. Данный факт свидетельствует о снижении девальвации рубля, следовательно поставки уменьшились по сравнению с 2015 годом.

В таблице показана структура экспорта АО «НЗХС».

Таблица – структура экспортных поставок, т/тонн

Название	2014	2015	2016
Казахстан	1 545,5	1 289,6	1 789,5
Литва	2 500	2 220,7	3 390,6
Аргентина	1 845,9	1 569,5	2 000,6
Бразилия	2 900,9	2 500,7	3 100,8
Египет	1 789	1 690	2 543
Тайвань	2 578,6	2 135,8	2 987,5
Япония	2 986,3	2 590	3 450,3
Пакистан	1 845,5	1 690,8	1 997,9
Иран	1 984,8	2 790,2	2 290,6

Название	2014	2015	2016
Турция	2 589,6	2 345	2 789
Индонезия	2 400,8	2 228,1	2 600,7
Вьетнам	1 289,5	1 007,5	1 500,5
Германия	2 367,7	2 000	2 890,5
Индия	2 657	2 347	2 900
Польша	2 459	2 078,4	2 789
Сербия	1 786,3	1 600	1 987
Австралия	1 345,7	1 990	1 542,7
Америка	2 807,8	2 256,3	2 906,5
Бразилия	2 789,5	2 100,8	3 000
Канада	2 134,9	1 967,9	2 456
Китай	5 100,6	4 987,4	6 500
Испания	5 053,1	4 669,8	6 143,2
Итого	54 764,3	50 055,5	63 555,9

Как видно из рисунка 8, структура экспорта АО «НЗХС» представлена следующим образом. Отгрузка продукции в большем количестве идет в Испанию и Китай, в остальные страны почти одинаково.

АО «НЗХС» в 2014 – 2015 годах основную отгрузку продукции на внешний рынок осуществлял через постоянно действующих генеральных дилеров. Схема распределения представлена на рисунке 9.

Генеральный дилер (внутренний рынок) Москва и Московский регион, Санкт-Петербург,
I генеральный дилер (Ближнее зарубежье) Казахстан, Китай, Польша
II генеральный дилер (Дальнее зарубежье) Тайвань, Япония, Пакистан, Иран, Вьетнам, Индонезия, Сербия, Канада, Китай, Литва, Аргентина, Бразилия, Египет, Турция, Германия, Испания Вьетнам, Индия, Австралия, Америка

Рисунок 9 – Каналы отгрузки продукции АО «НЗХС»

Таким образом, в 2016 году поставки на внутренний рынок составили 21,8 %, в ближнее зарубежье составили 28,9 %, а в страны дальнего зарубежья – 49,3. Следуя из этого, можно сделать вывод, что продукция АО «НЗХС» в основном экспортирует продукцию в страны дальнего зарубежья. Основным внешним

рынком является Китай и Испания.

Анализ рынков сбыта продукции предприятия

Рынок стран дальнего зарубежья является наиболее приоритетным направлением для продвижения химической продукции. Это обусловлено тем, что продукция, производимая на заводе, пользуется большим спросом в странах дальнего зарубежья. Продукция широко применяется в ряде промышленных секторов: текстильная, кожевенная, целлюлозно - бумажная, стекольная, лакокрасочная, химическая промышленности, производство синтетических моющих средств, а так же машиностроение, судостроение, авиастроение, металлургия и т.д.

Развитие конкурентной среды также влияет на положение общества в отрасли. Основными конкурентами АО «НЗХС» на территории России являются ЗАО «Русский хром 1915» г. Первоуральск Свердловской области, ПАО «Ключевской завод ферросплавов» пос. Двуреченск Свердловской области; за пределами России - АО «Актюбинский завод хромовых соединений», АО "ЧЭМК" Челябинский электрометаллургический завод- крупнейший производитель ферросплавов в России; АО Серовский завод ферросплавов; китайские производители. Данные по конкурентам представлены в таблице 4.

Таблица 4 Основные конкуренты АО «НЗХС»

Название предприятия	Производимая конкурентная продукция
1. ЗАО «Русский хром 1915» г. Первоуральск Свердловской области	Производство хромовых соединений. Бихромат натрия, хромовый ангидрид, окись хрома
2. ПАО «Ключевской завод ферросплавов» пос. Двуреченск Свердловской области	Производство ферросплавов. Хром металлический, феррохром низкоуглеродистый
3. АО «Актюбинский завод хромовых соединений» г. Актюбинск, Казахстан	Производство хромовых соединений. Бихромат натрия, окись хрома, хромовый

	ангидрид
4. АО "ЧЭМК" Челябинский электрометаллургический завод	Производство ферросплавов. Феррохром низкоуглеродистый
5. АО Серовский завод ферросплавов	Производство хромистых ферросплавов. Ферросплавы, в составе продукции используется низкий углерод феросплавов

Источник отчет по внешнеэкономической деятельности предприятия

Для повышения конкурентоспособности своей продукции общество участвует в международных и российских выставках.

Если провести анализ основных производителей химической продукции, можно сделать вывод, что самую большую долю занимает АО «НЗХС» - 36 % , следом идет, один из основных конкурентов АО "ЧЭМК" Челябинский электрометаллургический завод - 30 % , АО «Актюбинский завод хромовых соединений» - 14 % , ЗАО «Русский хром 1915» г. Первоуральск Свердловской области – 9 % , ПАО «Ключевской завод ферросплавов» пос. Двуреченск Свердловской области – 6 % , АО Серовский завод ферросплавов – 5 %.

В сравнительной таблице 10 приведены цены на химическое производство конкурентных заводов АО «НЗХС».

Таблица 10 - Сравнение цен на химическое производство, кг

Наименование предприятия	Название продукции			
	Натрий сернокислый технический	Бихромат натрия технический(дихромат натрия)	Ангидрид хромовый	Окись хрома техническая
АО «НЗХС»	13,0	4,41	200	290
ЗАО «Русский хром 1915»	14,7	4,56	220	320
АО	14,1	4,72	215	300

Наименование предприятия	Название продукции			
	Натрий серноокислый технический	Бихромат натрия технический(дихромат натрия)	Ангидрид хромовый	Окись хрома техническая
«Актюбинский завод хромовых соединений»				

Из таблицы 10 видно, что цена химическое производство просчитывалась исходя из себестоимости.

Целью АО «НЗХС» является удержание своих позиций на растущем рынке и при возможности увеличении доли рынка за счет «триединства»: повышения качества продукции, увеличение объемов выпуска, внедрение новейших технологий.

Итак, сформулируем основные выводы по проведенному исследованию.

Как следует из данных, представленных в таблице 8, доля экспорта в общем объеме продаж в 2016 году по сравнению с 2015 годом сократилась на 1,1 %, а по сравнению с 2005 годом увеличилась на 0,9 %. При этом выручка от реализации продукции на экспорт сократилась в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 11 106 млн. р., а по сравнению с 2014 годом увеличилась на 9 111 млн. р.

Таким образом, можно судить о снижении поставок продукции АО «НЗХС» на внешние рынки. Данный факт свидетельствует о снижении девальвации рубля, следовательно поставки уменьшились по сравнению с 2015 годом.

Таким образом, в 2016 году поставки на внутренний рынок составили 21,8 %, в ближнее зарубежье составили 28,9 %, а в страны дальнего зарубежья – 49,3 %. Следуя из этого, можно сделать вывод, что продукция АО «НЗХС» в основном экспортирует продукцию в страны дальнего зарубежья. Основным внешним рынком является Китай и Испания.

Целью АО «НЗХС» является удержание своих позиций на растущем российском рынке и при возможности увеличении доли рынка за счет «триединства»: повышения качества продукции, увеличение объемов выпуска, внедрение новейших технологий.

2.3 Исследование организации внешнеторговой деятельности в АО «НЗХС»

На сегодняшний день маркетинговая политика АО «НЗХС» на внешних рынках предполагает:

- восстановление и укрепление своих позиций на рынках на рынках стран таможенного союза и прежде всего России;
- поэтапное проникновение на рынки Дальнего Зарубежья;
- ориентацию на всех рынках на массового покупателя, предпочитающего качественную, современную и не дорогую технику;
- предложение покупателю широкой номенклатуры изделий при постоянном наращивании их функциональных возможностей;
- усовершенствование сервисно-сбытовых сетей, обеспечивающей максимальное удовлетворение потребностей покупателей товара.

На предприятие имеется собственное декларирование товаров. При заключении контракта декларант заполняет декларацию, на основании поданных ему сведений. Далее он едет на таможню, там проверяют декларации и ставят печать выпуск разрешен.

Особенности организации процесса внешнеторговой деятельности в АО «НЗХС» обусловлены в значительной степени спецификой выпускаемой продукции и методами ее реализации, что определяет характер и масштабы внешнеэкономической деятельности.

Работа в отделе экспорта осуществляется таким образом: они работают с документами всеми касающимися отгрузки:

- Инвойс;
- Упаковочный лист;
- Сертификат количества качества;
- Контракт;
- копия ж/д накладной (отправка контейнером);
- копия CMR (отправка машиной);
- копия коносамента (отправка морским путем).

В общем виде внешнеторговая деятельность на АО «НЗХС» осуществляется в несколько этапов.

1 Этап. Поиск потребителя

На АО «НЗХС» поиск осуществляется в двух направлениях:

- Поступление заявки от фактических покупателей
- Поиск в интернете на сайтах предприятий

В основном на завод поступают заявки от покупателей.

2 Этап. Получение заявки на товар. Исходя из заявки, разрабатывается схема погрузки товара. Производственно-технический отдел (ПТО) разрабатывает схемы, согласует их со станцией. На каждый вид товара есть стандартная схема погрузки, она разработана под нетто. Обычно всю продукцию грузят по 20 тонн. Отдел рассматривает заявку и дает коммерческое предложение по объему и цене продукции. После коммерческого предложения ведется переписка на английском или на русском языке, согласна ли организация на поставленные условия, если да, то оформляется контракт.

Пример схемы погрузки представлен в Приложении В.

3 Этап. Оформление контракта, счет на предоплату (если контракт по предоплате), подписывается все у начальника бюро и сбыта или у генерального

директора. Обычно предприятие АО «НЗХС» заключает договоры с осуществлением полной предоплаты.

4 Этап. Отправление контракта на подпись, все страницы должны быть подписаны двумя сторонами.

5 Этап. После получения подписанного контракта с двух сторон, отдают его в банк, что бы по валютному контролю оформили паспорт сделки (если больше 50 тысяч) или беспаспортный (если меньше 50 тысяч) то просто для информации в банк.

6 Этап. После оформления договора, транспортный отдел ведет поиск транспорта, если условия поставки не самовывоз.

7 Этап. Приезжает машина, либо контейнер, на них в программе 1С оформляются документы (если по предоплате, то по основанию счета вводят товарную накладную) присылают номера. Если русскоязычная компания требуют доверенность, если англоязычная, то просто письмо с уведомлением какая машина прибудет с каким водителем. Выписывают товарную накладную, она выписывается чисто для России, Белоруссии и Казахстана. Но от этой формы уже многие страны уходят, сейчас используется немного другая форма товарно-транспортная накладная. Далее цех выписывает упаковочный (русско-англ.) сертификат количества качества (делает лаборатория), прописывает какие партии отгрузились, с какими анализами, анализы все берут из контракта, (анализы стандартные иногда добавляют пожелания клиентов). ОТК все прописывает в таможенную декларацию и СМР, оформляют декларацию. Отдел экспорта делают инвойс, сертификат на поддоны(если требуют) пишут о том что машина осмотрена что поддоны прошли фитосанитарную обработку(хим обработка метилбромитом) , упаковочный лист, сертификат количества качества, если поездом то копия ж/д накладной, если везут на машине то копию СМР, если морским путем то копия коносаментов.

На восьмом этапе идет погрузка и отправка товара.

Процедура	Исполнитель	Исходный документ	Результат	Участники
1. Получение коммерческого предложения	Экономист по сбыту	Письмо	Обработка запроса, отправление ответа	Фактический покупатель, отдел сбыта
2. Получение заявки на продукцию	Экономист по сбыту	Заявка, схема погрузки	Исходя из запроса, идет составление схемы погрузки товара	Фактический покупатель, Отдел сбыта, Производственный-технический отдел
3. Оформление контракта	Экономист по сбыту	Контракт, счет на предоплату (если контракт по предоплате)	Оформление контракта	Отдел сбыта
4. Отправление контракта в банк	Экономист по сбыту, сотрудники банка	Контракт	Оформление паспорта сделки (если сумма контракта выше 50 т.рублей)	Отдел сбыта, банк
5. Поиск транспорта (если не самовывоз), машин, контейнеров	Транспортный отдел			Отдел сбыта
5. Прибытие машины или контейнера	Отдел экспорта	Товарная докладная (По России, Белоруссии и Казахстана); Товарно-транспортная докладная для других стран		Отдела сбыта, водитель транспортного средства
6. Оформление документов на погрузку	Отдел экспорта	Упаковочный сертификат количества качества, таможенная декларация, СМР, инвойс, сертификат на поддоны, упаковочный лист,		Отдел сбыта, лаборатория, цех, ОТК

Процедура	Исполнитель	Исходный документ	Результат	Участники
		сертификат, копия ж/д накладной (если отправка поездом), копия CMR (если отправка машиной), копия коносамента (если отправка морским путем)		
7. Погрузка товара	Склад	Торговый ордер, упаковочный лист, схема погрузки		Склад
8. Отправление товара				

Процедуры доставки и там оформление.

Завод заключает договора с экспедиторами. У экспедиторов собственные машины и контейнера либо нанимают у собственников.

Процесс доставки:

- приходит заказ на доставку;
- Экспертное бюро запрашивает у логистов ставки , т.е за какую стоимость транспортная компания готова вести тот или иной груз по такому количеству загруженных машин.
- После этого с этими ставками (цена на условиях самовывоза + стоимость доставки) предлагают ее покупателю.
- Если согласен, оформляем контракт, в контракте оговариваются сроки, количество и цена и соответственно грузят. Бывает просто самовывоз, там цены без учета доставки.

Таможенное оформление грузов: на контейнера подается лист(сведения для декларации)(прописывается дата- текущая дата, контракт-номер контракта, кто

контрактодержатель, куда везем, контрактодержатель и грузополучатель могут отличаться, что везем, вес нетто/брутто, как правило 20 тонн и хром 21 140, в бочках либо в мешках, кол-во паллет, цена продукта, условия поставки Инкотермс 2010, сумма = цена на кол-во, вид отправки- контейнер, номер контейнера когда он подходит сведения подаются что бы декларировать. Сдается это все декларантам и они декларируют груз, т.е выпускают декларацию.

В основном на предприятии осуществляются виды поставок:

FCI (покупатель присылает машину) оплата идет за продукцию- В основном Белоруссия, Европа, Германия, Польша, Чехия;

CFR- cost and freight - "стоимость и фрахт" - Продавец оплачивает все расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный порт назначения, но риск гибели или повреждения и риск дополнительных расходов, возникших после того, как товар был погружен на борт судна, переходят с продавца на покупателя в момент перехода товара через поручни судна в порту отгрузки. В основном отгрузка в контейнерах

FOB - free on board - "свободен на борту" - Все расходы по доставке и погрузке товара на борт судна (самолета) оплачиваются продавцом и включаются в стоимость товара; расходы по транспортировке, включая страхование груза, налоги и таможенную пошлину, оплачиваются покупателем и в стоимость товара не входят. Индия

CIF - cost, insurance and freight - "стоимость, страхование, фрахт" - Все расходы по транспортировке до пункта назначения, включая страхование груза, налоги и таможенную пошлину, ложатся на продавца и включаются в стоимость товара.

DAP - означает, что продавец выполнил свое обязательство по поставке, когда он предоставил покупателю товар, выпущенный в таможенном режиме экспорта и готовый к разгрузке с транспортного средства, прибывшего в указанное место назначения. Условия поставки DAP возлагают на продавца

обязанности нести все расходы и риски, связанные с транспортировкой товара в место назначения, включая (где это потребуется) любые сборы для экспорта из страны назначения. Германия

DAT - означает, что продавец считается выполнившим свои обязательства тогда, когда товар, выпущенный в таможенном режиме экспорта, разгружен с прибывшего транспортного средства и предоставлен в распоряжение покупателя в согласованном терминале указанного места назначения. Под термином "терминал" в базисе поставки DAT понимается любое место, в т.ч. авиа/авто/железнодорожный карго терминал, причал, склад и т.д. Условия поставки DAT возлагают на продавца обязанности нести все расходы и риски, связанные с транспортировкой товара и его разгрузкой на терминале, включая (где это потребуется) любые сборы для экспорта из страны назначения. Канада

Таким образом, минусами внешнеторговой деятельностью являются:

- большая удаленность от портов отгрузки;
- Удаленность от основных автомобильных узлов. Большое кол-во автомобилей сконцентрировано в центральной части России за счет того что хоть удаленность и большая, если нужно вести груз в центр часть, то ставка от нас до центральной части России дешевле, чем наоборот от них до нас;
- Зависимы от монопольной сырьевой базы сода - Стерлитамак, руда – Казахстан и южная Африка. Руда не биржевой товар, но котировки есть на руду. Кислота серная Медногорск и Челябинск цена не высокая;
- нету разработанных регламентов по внешнеторговой деятельности предприятия;
- не развита система складирования.

3 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АО "НЗХС"

3.1 Разработка регламента внешнеторговой деятельности АО «НЗХС»

3.2 Совершенствование складской логистики в рамках внешнеторговой деятельности АО «НЗХС»

На сегодняшний день складская логистик - активно растущая структура логистики предприятия, которая взаимосвязана с транспортной инфраструктурой.

Совершенствование системы складирования является неотъемлемой частью повышения эффективности деятельности предприятия. При более совершенной системе складирования обработка заказов будет осуществляться быстрее - следовательно, можно будет минимизировать количество неотгруженных в срок заказов.

На предприятии АО «НЗХС» одной из проблем является недостаточное количество складов при перевозки грузов в страны дальнего зарубежья. На территории завода имеется одно складское помещение.

Для решения этой проблемы есть три выхода:

- Строить новый склад;
- Покупать уже готовое складское помещение;
- арендовать помещение.

На собственных складах руководству предприятия легче следить за сбытом продукции и повышать список предлагаемых услуг клиенту, это дает возможность укреплять позиции в конкурентоспособности.

Арендуемый склад не требует частых инвестиций в развитие складского помещения, так же идет сокращение на финансовые риски от владения собственными складскими помещениями, происходит увеличение в потребление складской площадки.

Существует много различных мест для аренды складских помещений, но для АО «НЗХС» необходимо учитывать близость к морским портам, что бы была возможность морским путем перевозить свою продукцию в страны дальнего зарубежья, например в Австралию, Бразилию.

В поиске подходящего складского помещения, стоит обратить внимание на следующие критерии:

- Небольшая величина транспортных расходов до склада;
- Наличие развитой транспортной сети;
- Наличие морского порта;
- Небольшая арендная плата за склад;
- размер и конфигурация участка. Большая парковочная площадь, свободный проезд пожарной техники, в случае пожара;

Для эффективного функционирования необходимо разместить на территории: административно-бытовые помещения, включающие в себя центральный офис, столовую, санитарно-бытовые помещения для рабочих; пост охраны; устройства для сбора и обработки отходов.

- Транспортная доступность местности. При выборе участка нужно оценить ведущие к нему дороги, ознакомится с планами сети дорог. Изучение оснащенности территории другими видами транспорта.

Так же при выборе участка необходимо ознакомиться с местным законодательством, оценить расходы на облагораживание территории, ознакомиться с местным рынком рабочей силы.

Проанализировав вышеизложенные критерии, был выбран склад в Испании в городе Мадрид по адресу 28933, Móstoles, La Fragua 15.

Общая площадь помещения составляет 2800 м² . Близость к морю 100 км. Развитая дорожная магистраль.

На территории склада необходимо будет выделить несколько особых зон: пункта приема товара, пункта отправки, площадей для хранения химической продукции.

Ввести адресную систему хранения товара на складе. Внедренное адресное хранение дает следующие преимущества:

- для размещения товара на складе складскому работнику, нужен будет только приемный акт, в котором уже стоят адреса хранения для размещения продукции;

- для комплектации заказа, работнику нужен будет сборочный лист, в котором уже стоят адреса хранения, откуда надо забрать указанный товар;

Совершенствование погрузочно-разгрузочной техники, закупка автопогрузчиков, обновление гидравлических тележек. Это позволит сократить время приемки и сдачи товара, а так же облегчит доступ к верхним ярусам стеллажей.

Оптимизация количества работников склада. Так на помещение с площадью 2800 м² справятся 74 человека.

Обеспечение работников склада средствами связи.

Доставка товара до Испании будет производиться контейнерами, либо железнодорожным путем. Расстояние от АО «НЗХС» до Мадрида составляет 5 844 км. Время в пути автотранспортом составляет 85 часов 40 минут. Время в пути железнодорожным путем составляет 4 дня 10 часов.

3.3. Оценка экономического эффекта от предлагаемых мероприятий

Что бы произвести оценку для предлагаемого предприятия при совершенствовании складского помещения необходимо рассчитать NPV (Net Present Value) – чистый приведенный доход,

где P — годовые доходы в течение k лет,

IC — стартовые инвестиции,

n — продолжительность периода инвестиций,

r — ставка дисконтирования.

Торговое предприятие АО «НЗХС» уже давно существует на рынке, занимает хорошие позиции, стабильно развивается, поэтому ставку дисконтирования можно принять равную 25%.

Также для расчетов NPV необходимо учитывать годовые доходы. Предприятие имеет в своем распоряжении необходимое количество складских помещений, необходимо учесть непредвиденные расходы на момент реализации проекта. Исходя из этого предприятие рассчитывает на доходность равную 1 789 234 руб.

Доходы в первый год составят 1 789 234 руб. в связи с отсутствием нехватки складских помещений, предприятие может больше количество времени уделять своему развитию, а так же увеличить путем рекламы объем продаж и соответственно свои доходы. То есть годовые доходы во второй год увеличатся на 18 %, $1\,789\,234 * 1,18 = 2\,111\,296$ руб.

При расчете дохода на третий год, необходимо учитывать, что эффективность рекламных мероприятий не постоянен, поэтому доходы можно рассчитывать на 10 %, $2\,111\,296 * 1,1 = 2\,322\,425$ руб.

Таким образом, при наличии необходимого количества складских помещений полностью себя окупит, и начнет приносить прибыль и размещать необходимое для удовлетворения потребности количество готовой продукции.

Так же при наличии необходимого количества складских помещений, а так же близости к потребителям зарубежных стран, значительно усилит позицию АО «НЗХС» в торговле.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе рассмотрены вопросы организации внешнеторговой деятельности на уровне предприятия. Работа состоит из трех глав и носит в большей степени описательный, нежели аналитический характер.

Первая глава определяет основные теоретические положения, определяющие функционирование предприятия во внешнеторговой деятельности, а так же нормативно-правовые акты осуществления внешнеторговой деятельности в химическом производстве. На внешнем рынке взаимодействует множество участников: производители, торговые посредники, страховые, транспортные организации, контролирующие органы и т.д

В данной работе отражены результаты решения поставленных перед исследователем задач:

- объектом изучения организации ВТД являлось АО «НЗХС настоящее время предприятие является одним из основных российских производителей химического производства;

- внешнеэкономическая деятельность реализуется на предприятии в форме внешней торговли продукцией, а также сопутствующими ей информацией и услугами. Внешняя торговля осуществляется посредством экспорта;

- за организацию и проведение внешнеторговой деятельности в АО «НЗХС» отвечает служба сбыта, взаимодействующая при этом с различными подразделениями предприятия.

- осуществление внешнеторговой деятельности АО «НЗХС» включает восемь этапов: поиск потребителя, получение заявки на товар, оформление контракта, отправление контракта на подпись, оформление паспорта сделки, поиск транспорта, проезд машины заполнение необходимых документов, погрузка и отправка товара;

- в ходе изучения в организации ВТД на предприятии не выявлено существенных недостатков. Основные проблемы, сдерживающие развитие ВТД

АО «НЗХС» недостаточное количество складских помещений, большая отдаленность от портов, удаленность от автомобильных узлов, зависимость от монополю сырьевой базы;

- Разработанные рекомендации по совершенствованию организации и управления вэд на предприятии обусловлены, во-первых, решением проблем, недостатка складских помещений, сдерживающих развитие вэд. Созданием регламента внешнеторговой деятельности.

Таким образом, организация внешнеторговой деятельности ао «нзхс» соответствует техническим и финансовым возможностям предприятия, его конкурентоспособности в мировом масштабе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Нормативно-правовые акты

1. Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА / Междунар. ин-т унификации частного права (УНИДРУА); пер. с англ. и вступ. ст. А. С. Комарова. – М.: Статут, 2006. - 681, [1] с.;
2. Таможенный кодекс Российской Федерации от 28.05.2003 г. №61-ФЗ (ред. от 30.12.2008). // Российская газета. – 2003. – 03 июня. - №106;
3. Закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003г. № 173-ФЗ (ред. от 22.07.2008). // Российская газета. – 2003. – 17 декабря. - N 253;
4. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015);
5. Правила интерпретации международных коммерческих терминов Инкотермс – 2010;
6. Федеральный закон от 08.12.03 № 164-ФЗ "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности";
7. Инструкции Центробанка Инструкция Банка России от 04.06.2012 N 138-И (ред. от 30.11.2015) "О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам документов и информации, связанных с проведением валютных операций, порядке оформления паспортов сделок, а также порядке учета уполномоченными банками валютных операций и контроля за их проведением"
8. "Венская Конвенция ООН" о договорах купли-продажи товаров 1980;
9. Закон «Об экспортном контроле» от 18.07.1999 г. № 183-ФЗ (ред. от 18.07.1999г.);
10. Регламент химических веществ в Европе (REACH);

Учебная и научная литература

11. Официальный сайт АО «НЗХС» <http://nzhs.ru/>
12. Положение об отделе сбыта

13. Отчетность предприятия за 2014-2016 гг. и пояснительные записки к ним;
14. Статья из газеты управленец № 2/60/2016
http://upravlenets.usue.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=318&Itemid=46&lang=ru
15. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов/ Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, Е.А. Паршина и др.; Под ред. проф. Л.Е. Стровского. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 755с.;
16. Соркин С.Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: экономика и управление: Учеб. Пособие \ С.Л. Соркин. - Гродно: ГрГУ, 2004. - 310 с.;
17. Диденко Н.И. Основы внешнеэкономической деятельности в РФ. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 518с.
18. Дегтярева О.И., Полянова Т.Н., Саркисов С.В. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб. пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2004 – 405с.
19. 28. Бабань Ю.А. Совершенствование бизнес-процессов в современной философии управления // Финансовый бизнес. – 2002. – № 6. – 55с.
20. Пакет документов к контракту №2016210 от 28 марта 2016 года с ООО «Компания гальванит» г. Красноярск.
21. Нехорошева Л.Н, Антипова Н.Б, Зайцева Н.А. Экономика предприятия: Учеб. Пособие. -Мен.: Высшая школа, 2011. –383с.
22. Рейфе М.Е. Организация развития логистической деятельности на оптовом рынке – СПб., 2010. –289с.
23. Курганов В.М. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров. – М.: Книжный мир, 2010. – 432 с.
24. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация. Технология, управление и логистика: учеб.-практическое пособие. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011. – 176с.

25. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 512 с.
26. Экономика предприятия : учеб. пособие / А. И. Ильин [и др.] ; под общ. ред. А. И. Ильина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Новое знание, 2005. - 698 с.
27. Журнал «Справочник экономиста», № 10 за 2008 год
28. Ю.О. Глушкова, А.В. Пахомова формирование и управление потоками внешнеэкономической деятельности предприятия
29. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А. Алексунина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 756с.
30. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник. – М.: Издательство-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 380с.
31. Смолкин А.М. Менеджмент: основы организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 538 с.
32. Захарова А.П. Значение анализа деятельности предприятия в управлении его бизнес – процессами: рекомендации к проведению / А.П. Захарова, О.Ю. Виничук // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №8 (49). – С. 666–670.
33. Архипова Н.А. Управление логистическим процессом на складе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/115658/discussion_platform (дата обращения: 03.02.2017).
34. Покровская, В. В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности : учебник / В. В. Покровская. - М. : Юристъ, 2000.-416с.
35. Коваленко, Е. И. Нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности / Е. И. Коваленко // Право Беларуси. - 2003. - №15. - С. 62-70.

36. Глубокий, С. В. Внешнеэкономическая деятельность : конспект лекций / С. В. Глубокий, О. В. Куневич. - Минск : БНТУ, 2003. - 120 с.
37. Воронцов, С. И. Создание производства при сбытовой организации / С. И. Воронцов; // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 2002. - № 2. - С.38-41.
38. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес- процессов в цепях поставок : учебник/В. В.Дыбская [и др.] ; под ред. В. И. Сергеева. - М.: Эксмо, 2008. - 940 с.: ил.
39. Черновалов А. Логистика: современный практический опыт: учебник/А. Черновалов. - М.: Лотос, 2008. - 230 с.
40. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий. - М.: Финансы и статистика, 2001

Приложение В

Общие положения отдела:

1. Отдел сбыта осуществляет реализацию готовой продукции на рынок России и экспортный рынок, занимается поиском и установлением деловых связей с потребителями.
2. Отдел сбыта является структурным подразделением предприятия и подчиняется непосредственно заместителю генерального директора по коммерческим вопросам.
3. Отдел сбыта возглавляется начальником, который назначается и освобождается от занимаемой должности приказом генерального директора.

В своей деятельности Отдел сбыта руководствуется:

- уставом предприятия;

- действующим законодательством РФ и другим нормативно-правовыми актами и методическими материалами по организации сбыта и поставок готовой продукции;

- приказами и распоряжениями по предприятию и настоящим Положением;

- политикой и целями в области качества, требованиями системы менеджмента качества, распространяющимися на деятельность отдела сбыта;

- правилами внутреннего распорядка.

Начальник отдела сбыта несёт ответственность за выполнение функций, возложенных на отдел сбыта.

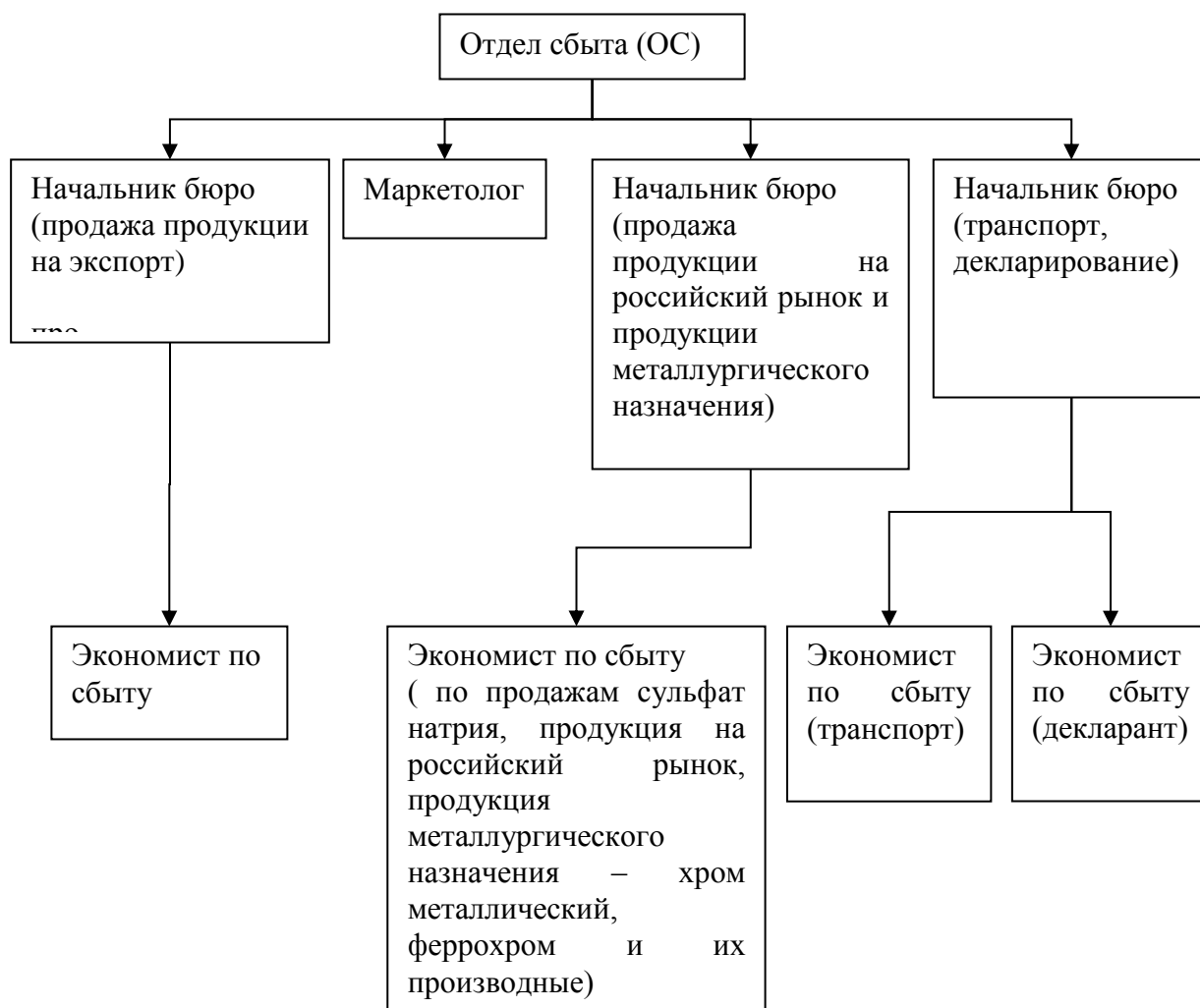
Структура отдела сбыта

Структуру и штатную численность отдела сбыта утверждает генеральный директор по представлению начальника отдела сбыта, исходя из условий и особенностей производства, а также объема работ, возложенных на отдел.

Отдел сбыта имеет в своем составе структурные подразделения согласно нижеприведенной схеме.

Положения о подразделениях отдела сбыта утверждаются генеральным директором, а распределение обязанностей между сотрудниками подразделений производится начальником отдела сбыта.

Таблица – Структура отдела сбыта



Обязанности начальника отдела сбыта (ОС):

1. Соблюдать самому и обеспечивать соблюдение требований СМК подчиненным персоналом;
2. Подготавливать отчеты о результативности процесса в соответствии с установленной периодичностью;
3. Организовывать разработку корректирующих и предупреждающих действий, направленных на улучшение работы подразделения, и осуществлять их контроль;
4. Контролировать маркетинговые исследования по изучению спроса на продукцию завода в разрезе региональных рынков сбыта, совершенствовать рекламно-информационную деятельность;

5. Организовывать продажу готовой продукции выпускаемой предприятием, её поставку в сроки в соответствии с заключенными контрактами, организовывать подготовку и заключение контрактов на поставку готовой продукции потребителям;

6. Обеспечивать участие отдела в разработке текущих и перспективных планов производства и реализации продукции;

7. Возглавлять работу по составлению плана поставки и его увязки с планом производства, планом перевозки грузов различными видами транспорта, организовывать подготовку и заключение договоров на транспортно-экспедиторское обслуживание;

8. Обеспечивать своевременное оформление документов на отгружаемую продукцию, составлять предусмотренную отчетность по сбыту продукции;

9. Участвовать в рассмотрении поступивших на предприятие претензий от потребителей;

10. Обеспечивать своевременное и качественное выполнение работ в соответствии с планами, задачами и целями стоящими перед отделом;

11. Информировать руководство предприятия о результатах деятельности по закрепленным функциям и выполнению планов работы отдела;

12. Осуществлять в установленном порядке подбор и расстановку кадров в отделе, укреплять трудовую дисциплину, обеспечивать выполнение всеми работниками отдела правил внутреннего трудового распорядка;

13. Руководить работниками отдела и нести персональную ответственность за своевременное и качественное выполнение возложенных на отдел задач и функций;

14. Предоставлять предложения руководству предприятия, направленные на совершенствование организации сбыта готовой продукции, а также предложения по ее упаковке, маркировке, хранению и транспортировке;

15. Подготавливать предложения руководству предприятия об изменении должностных окладов работников отдела сбыта, перевод их на другие должности, о комплектовании отдела;

16. Вносить предложения руководителю предприятия о поощрении и дисциплинарном взыскании на подчиненных работников в порядке, установленном ТК РФ;

17. Осуществлять руководство по работе отдела с таможенными органами;

18. Принимать меры для улучшения материально-технического и информационного обеспечения, условий труда работников отдела;

19. Организовывать повышение квалификации работников отдела;

20. Проходить проверку знаний требований охраны труда. Организовывать соблюдение требований охраны труда персоналом отдела.;

21. Разрабатывать мероприятия по улучшению работы отдела сбыта;

22. Проводить периодические медицинские осмотры в сроки и порядке, установленном на предприятии;

23. Организовывать и контролировать ознакомление работников с инструкциями и другими локальными нормативными актами, непосредственно связанными с их трудовой деятельностью, под роспись с обязательным указанием их должности, ФИО и даты ознакомления.

Обязанности начальника транспортного бюро

1. Обеспечивает организацию доставки сырья и материалов (ТМЦ) на предприятие автомобильным транспортом с контролем и регистрацией всей сопутствующей документации по согласованию с ОМТС;

2. Использую право доступа в электронном виде к документообороту бухгалтерии, осуществляет ввод соответствующих документов, подтверждающих транспортно-заготовительные расходы (ТЗР) на приобретение ТМЦ;

3. Принимает меры по сокращению транспортных расходов при сбыте готовой продукции на рынок сбыта;

4. Разрабатывает наиболее рациональные способы доставки готовой продукции на рынок сбыта;

5. Организовывает подготовку и оформление контрактов, связанных с доставкой готовой продукции потребителем;

6. Проводит исследование рынка транспортных услуг по доставке груза конечному потребителю с целью повышения эффективности доставки и снижение расходов по перевозкам груза;

7. Организовывает встречи представителей транспортных компаний с руководством предприятия для проведения переговоров, участвует в составлении отчетов о проведённых встречах и переговорах.

Обязанности экономиста по сбыту (транспорт):

1. Оформляет в таможенных органах поступающие и отправляемые грузы предприятия с территории на территорию РФ на основании документов, представленных службами завода;

2. Своевременно представляет таможенному органу документы и дополнительные сведения, необходимые для производства таможенного оформления и проведение таможенного контроля;

3. Присутствует по требованию таможенного органа при таможенном оформлении товаров и транспортных средств;

4. Контролирует начисление причитающихся к уплате суммы таможенных платежей, определяет код товара по товарной номенклатуре ВЭД, страны происхождения, таможенную стоимость и количество товара, применяет ставки таможенной пошлины, НДС, иных налогов, соответствующих декларируемому товару.

5. Контролирует достоверность сведений, наличие документов, необходимых для таможенных целей, полученных от служб завода;

6. Оформляет документы и их электронные версии, необходимые для таможенных целей, заявляет по установленной форме и в установленные сроки точные сведения о товарах и транспортных средствах, об их таможенном режиме и другие сведения, необходимые для таможенных целей;

7. Ведет учет товаров и транспортных средств, декларируемых предприятием. Осуществляет контроль за отправкой и возвратом таможенных деклараций на товары, отгруженные через пограничные таможенные посты с указанием фактического происхождения товара через границу РФ;

8. Осуществляет контроль за предоставлением информации по отгруженному товару налоговым органам и предоставлением справок в контролирующий банк в сроки определенные валютным законодательством РФ;

9. Осуществляет подготовку документов, необходимых справок на поступившие материалы, связанные с нарушением таможенных правил в таможенные органы РФ;

10. Осуществляет контроль за предоставлением услуг Торгово-Промышленными палатами РФ (ТПП РФ) и документооборотом, связанным с оформлением сертификатов на отгружаемую продукцию, а так же контролирует взаиморасчеты с ТПП РФ.

Обязанности экономиста по сбыту (транспорт):

1. Участвует в разработке перспективных и текущих планов перевозок, осуществляет месячное планирование перевозок по потребителям предприятия;
2. Обеспечивает организацию доставки готовой продукции различными видами транспорта до потребителя;
3. Составляет заявки на обеспечение транспортными средствами, контролирует обеспеченность предприятия железнодорожными вагонами, контейнерами, автотранспортом для погрузки готовой продукции;
4. Ведет учет и анализ по выполнению плана поставки вагонов, контейнеров, автотранспорта, начислению штрафных санкций, связанных с отгрузкой готовой продукции предоставленными транспортными средствами;
5. Совместно с транспортным цехом принимает необходимые меры для своевременного и полного выделения под погрузку железнодорожных вагонов и контейнеров;
6. Осуществляет оформление документов на отправку готовой продукции;
7. Предоставляет необходимые документы для отчетности по указанию начальника ОС;
8. Осуществляет контроль за экспедированием грузов предприятия, их отслеживание через транспортные организации (железной дорогой, автомобилем, морским транспортом);
9. Контролирует соблюдение договорных обязательств транспортных агентов по экспедированию грузов, предоставление от них необходимых расчетных документов, документов, подтверждающих отгрузку готовой продукции по территории России и за пределы РФ (экспорт);

10. Осуществляет контроль и учет отгруженной продукции на экспорт морским транспортом;

11. Участвует в рассмотрении претензий от транспортных агентов и подготовке документов на выставление рекламаций по экспедированию, транспортному обслуживанию.

Задачи отдела:

- Выполнение политики и реализация целей в области качества принятой на предприятии.

- Своевременная подготовка, заключение и исполнение контрактов на поставку готовой продукции на экспорт и российский рынок, а также на транспортировку готовой продукции предприятия, оформление документов и выпуск готовой продукции и материалов через таможенные органы (экспорт и импорт).

- Изыскание путей увеличения сбыта готовой продукции.

- Обеспечение выполнения планов поставки продукции в срок и по номенклатуре в соответствии с заключенными контрактами.

- Обеспечение ведения правильного учета, контроля и отчетности при выполнении планов отгрузки готовой продукции.

Функции отдела:

В области обеспечения реализации продукции предприятия:

- Изучение перспектив и текущего спроса на выпускаемую предприятием продукцию, требований к ее качеству.

- Оформление договоров на сбыт готовой продукции.

- Организация сбыта готовой продукции с завода, поставка ее потребителю в соответствии с заключенными контрактами.

- Участие совместно с соответствующими службами предприятия в формировании годовых, квартальных, месячных, номенклатурных планов

производства и суточных планов-графиков сдачи готовой продукции для обеспечения поставок в установленные сроки и номенклатуре.

- Составление годовых, квартальных, месячных планов поставок продукции в соответствии с заказами и заключенными контрактами.

- Согласование планов производства и поставки продукции с производственными службами и цехами предприятия с целью обеспечения поставки готовой продукции в сроки и номенклатуре в соответствии с заключенными контрактами.

- Планирование и организация отгрузки готовой продукции в соответствии с планами производства.

- Регулирование взаимоотношений с потребителями, ведение переписки и прием представителей по вопросам поставки продукции, полных расчетов с ними.

- Осуществление учета и контроля выполнения планов поставки по номенклатуре в разрезе заключенных контрактов.

- Предъявление через юридический отдел претензий и исков к другим предприятиям и организациям, физическим лицам за нарушение условий заключенных контрактов и договоров.

- Организовывать с соответствующими службами предприятия (ПТО, финансовый отдел, юридический отдел, бухгалтерия) рассмотрение и удовлетворение обоснованных рекламаций на отгруженную готовую продукцию.

- Подготовка суточных, еженедельных, ежемесячных справок об отгрузке продукции, как на российский рынок, так и на экспорт.

- Составление договоров, заявок на подачу и обработку железнодорожного состава, полувагонов, крытых вагонов, цистерн, платформ, контейнеров, автотранспорта и отслеживание их выполнения.

- Оформление в таможенных органах поступающих и отправляемых грузов предприятия с территории и на территорию РФ.

- Своевременное предоставление таможенному органу документов и дополнительных сведений, необходимых для производства таможенного оформления и проведения таможенного контроля.

- Осуществление контроля за своевременным предоставлением информации по отгруженному товару в налоговые органы.

- Отслеживание рынка своей продукции, продукции, производимой предприятиями-конкурентами, сравнение качества и спроса на эту продукцию с собственной продукцией.

- Участие в организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятиях по рекламе продукции.

- Принятие необходимых мер по обеспечению своевременного поступления денежных средств за отгруженную продукцию на счета завода.

- Составление оперативной и статистической отчетности о выполнении планов по договорным обязательствам и заявкам.

- Осуществлять валютный контроль, согласно требованиям российского законодательства.

- Обеспечение встреч и ведение переговоров с представителями иностранных и российских компаний, организация перевода документов, поступающих на предприятие и других необходимых для работы документов.

- Своевременное оформление документации и предоставление её в соответствующие структурные подразделения завода.

В области рационализации работы сбытовой службы, снижения затрат на сбыт продукции.

- Совершенствование и оптимизация транспортной логистики. Поиск наиболее эффективных способов доставки продукции до пункта назначения, согласованного с покупателем.

- Предъявление претензий цехам–изготовителям по невыполнению установленных планов производства выпуска готовой продукции, ее хранению, погрузке в транспортное средство.

- Ежемесячный, ежеквартальный анализ выполнения плана поставок и координация деятельности складов готовой продукции.

- Контроль затрат, связанных с отгрузкой готовой продукции во избежание необоснованных расходов. В случае их возникновения проводить анализ причин, вызвавших данные расходы

Взаимоотношения отдела сбыта с другими подразделениями предприятия:

Название отдела	Полученные услуги	Предоставленные услуги
Производственно-технический отдел	Нормативные документы на продукцию, подлежащую поставке, сведения о разработке новой продукции, предстоящем снятии с производства устаревшей продукции, утвержденные службой ОАО РЖД схемы погрузки продукции предприятия в вагоны и контейнера, планы подготовки и их выполнение по повышению квалификации работников отдела	Предложения и требования потребителей по совершенствованию технических условий по продукции, заявки на повышение квалификации работников отдела, планы месячных отгрузок по видам выпускаемой продукции, ее качественным показателям и упаковке, заявки на разработку новых схем погрузки готовой продукции
Экономический отдел	Планы производства на планируемый период, штатное расписание, положение о премировании, график работы отдела	Необходимую документацию, связанную с выпуском продукции, план продаж на месяц в денежном и количественном объеме, квартал, год, согласно заключенных договоров, данные о выполнении плана отгрузки в связи с заключенными договорами
ЦЗЛ (отдел технического контроля)	Документы, удостоверяющие качество продукции (сертификат количества и качества), образцы продукции по заявкам покупателей	Необходимые документы для контроля качества продукции по требованиям потребителей, сведения по поступившим рекламациям, претензиям
Отдел кадров	Указания в вопросах подбора, расстановки и воспитания кадров, выполнение заявок на потребность в необходимых	Сведения по вопросам движения, подбора, расстановки и воспитания кадров, резерва на выдвижение на руководящие

Название отдела	Полученные услуги	Предоставленные услуги
	кадрах	должности, заявки на потребность в кадрах
Отдел материально-технического снабжения	Выполнение заявок через начальника АХО по обеспечению технического снабжения для бесперебойной работы отдела	Доставку сырья и материалов (ТМЦ) заявленным ОМТС видом транспорта с контролем и регистрацией всей сопутствующей документации, заявки на обеспечение расходными материалами, канцтоварами начальнику АХО, планируемые объемы отгрузки в таре определенного вида начальнику ОМТС
Бухгалтерия	Итоговые данные о движении готовой продукции, инвентаризации готовой продукции, методические рекомендации по правильному оформлению документов, связанных с отпуском готовой продукции, её транспортировкой и выпуском через таможенные органы РФ	Документы, связанные с подтверждением расходов на отпуск готовой продукции
Юридический отдел	Завизированные проекты приказов, распоряжений и других документов правового характера или проекты указанных актов с заключениями о несоответствии законодательству отдельных положений с предложениями о законном порядке разрешения рассматриваемых вопросов, заключения или ответы на заявленные контрагентами претензии и иски по поводу исполнения предприятием договорных обязательств, подготовленные претензии или иски предприятиям и организациям, физическим лицам, предложения об устранении выявленных при проверке нарушений законодательства	Проекты приказов, распоряжений и других документов правового характера для проверки их соответствия требованиям законодательства и визирования, претензии и иски контрагентов по поводу ненадлежащего исполнения договорных обязательств предприятием для дачи заключений или подготовки ответа, материалы заявления претензий и исков к другим предприятиям и организациям, физическим лицам, документы, справки, расчёты и другие сведения, необходимые для выполнения возложенных на юридическую службу задач, копии распоряжений об устранении выявленных нарушений юридической службой при проверке нарушений законодательства

Название отдела	Полученные услуги	Предоставленные услуги
Производственные подразделения:	Сведения о готовой продукции по утвержденной номенклатуре, оперативные данные о фактически отправленной продукции по номенклатуре в соответствии с заключенными договорами объяснения по претензиям от получателей за несвоевременную поставку продукции, недопоставку продукции, поставку продукции ненадлежащего качества	Спецификации на продукцию, графики отгрузки готовой продукции, приказы на отпуск готовой продукции, необходимые документы для оформления отгрузки потребителям, копии претензий от получателей
Финансовый отдел	Извещения банка о выставленных заказчиками аккредитивах (для исполнения), информацию по поступившим денежным средствам и средствам от покупателей, проведением соглашений по взаимозачету, информацию по наличию дебиторской и кредиторской задолженности у покупателей, обеспечение необходимыми документами, связанными с финансовыми вопросами предприятия	Документацию на отгруженную продукцию не позднее третьего дня следующего за днем фактической отгрузки, документы, необходимые для финансовой деятельности предприятия
Транспортный цех	Обеспечение необходимым видом железнодорожного состава, для отгрузки готовой продукции, обеспечение автомобильным транспортом для оформления документов и присутствия представителей отдела сбыта в разных инстанция	Ежедневные планы формирования необходимого вида железнодорожного подвижного состава для отгрузки готовой продукции в разрезе номенклатуры выпускаемой продукции, графики отправки транспортных средств с территории предприятия для сдачи на станцию Новотроицк, наличие денежных средств на счетах предприятия ТЕХПД ЮУЖД, пакет документов, необходимый для отправки продукции на экспорт и внутренний рынок
АСУ	Программное обслуживание компьютерной техники, разработку программных	

Название отдела	Полученные услуги	Предоставленные услуги
	средств, необходимых для работы отдела сбыта	
<i>ОУСМК</i>	Документацию по системе менеджмента качества, необходимую для совершенствования работы отдела сбыта по системе менеджмента качества	Ежегодно отчет об удовлетворенности потребителей, ежеквартально отчеты о работе отдела сбыта, выполнение целей стоящих перед отделом сбыта, Стандарты предприятия по процессам закреплённым за отделом (процессы связанные с потребителями)