

Н.В. Павлова

МЕХАНИЗМ ОЦЕНКИ УСТОЙЧИВОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ

Предложен новый механизм оценки устойчивости угледобывающих компаний на рынке в условиях ограниченной и развитой конкуренции. Разработано новое направление исследований, позволяющее укрепить положение угледобывающих компаний на рынке. Результаты исследований могут использоваться инвестиционными фондами и угледобывающими компаниями для оценки степени устойчивости компаний на рынке и их инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: устойчивость, конкуренция, рынок, угледобывающая компания, механизм.

Одним из основных первоначальных этапов любого принятия решения о строительстве предприятия, его реконструкции, организации производства или его преобразовании является оценка рыночных возможностей или устойчивости положения предприятия на рынке.

В настоящее время существует достаточно хорошо проработанные, стандартные процедуры финансового анализа, разработаны общепринятые технологии производственного аудита, энергоаудита, технологического аудита, оценки производственных издержек, оценки персонала и проч. Вместе с тем для угольного рынка общепринятых специализированных методик оценки рынка не существует.

Существующие на данный момент методики отвечают на вопрос, что представляет собой конкурентоспособность угледобывающих компаний на рынке, но не как оценить уровень востребованности или устойчивости компании на рынке.

В связи с отсутствием подобного рода методик затрудняется и сам процесс анализа и не всегда получаемое решение адекватно.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что необходимо разработать механизм, который позволил

бы инвестиционным фондам и самим угледобывающим компаниям оценивать, насколько устойчивые позиции на рынке в условиях ограниченной и развитой конкуренции угледобывающая компания занимает.

При разработке механизма оценки устойчивости угледобывающих компаний на рынке нельзя не учитывать тот факт, что существует два рынка сбыта угольной продукции: внутренний рынок – рынок с ограниченной конкуренцией и внешний рынок – рынок с развитой конкуренцией.

Основной сложностью при анализе угледобывающих компаний с точки зрения их устойчивости на внутреннем рынке является его монопольный или олигопольный характер. Уголь – это своего рода монотовар. За счет разнообразия качественных характеристик уголь даже одной марки, но разных месторождений представляет собой уже отдельные продукты. В результате уникальности качественных характеристик угольного топлива, возможности взаимозаменяемости углей технологически ограничены. ТЭС России спроектированы таким образом, что они находятся в жесткой привязке к определенным поставщикам. В результате этого и возникает ограниченность конкуренции

на внутреннем рынке энергетических углей.

Поставляя угольную продукцию определенному потребителю, угледобывающие компании особо не имеют точек соприкосновения. Они смогут активно соприкасаться на внутреннем угольном рынке только в случае развития потребления угля в стране и унификации топливоагрегатов. Поэтому оценивать, степень устойчивости той или иной угледобывающей компании на внутреннем угольном рынке по традиционным методикам маркетингового анализа нельзя.

В настоящее время многие угледобывающие компании имеют выход на внешние рынки и активно поставляют энергетический уголь на экспорт.

В периоды пикового роста экспортных цен наблюдается конкуренция между поставками на ТЭС и экспортом углей.

Например, в 3-м квартале 2008 г. цена на уголь на внешних рынках достигла исторического максимума, а на российском рынке возник дефицит угля.

Сейчас Россия занимает достойное третье место в мире после Австралии и Индонезии по объемам экспор-

та энергетического угля. География экспорта российских углей включает более 50 стран. Это и страны европейского рынка, и страны азиатского рынка. Доля экспорта в добывче угля сейчас занимает более 35%.

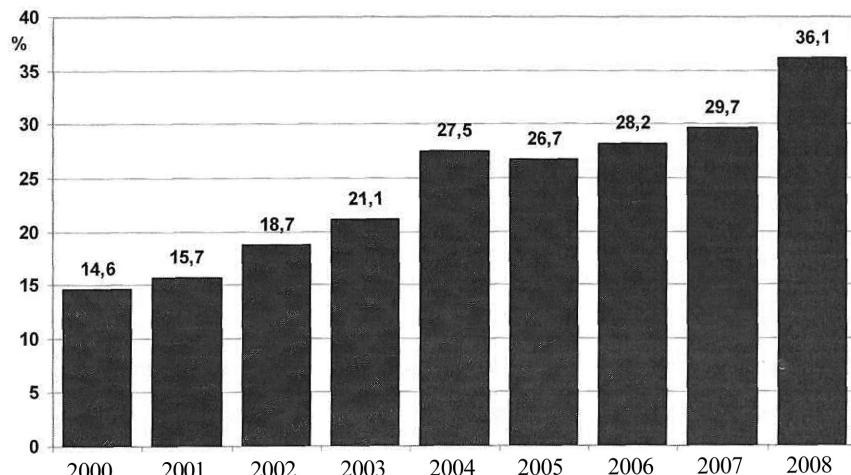
Доля экспорта в добывче российского угля в 2000–2008 гг. представлена на рисунке.

На сегодняшний день доля экспорта в общем объеме поставок большинства крупнейших российских угледобывающих компаний превышает 40%. Крупнейшими экспортерами являются прежде всего ОАО «СУЭК» (24,6 млн т или 26,2% от совокупного российского экспорта в 2008 г.) и ОАО УК «Кузбассразрезуголь» (21,8 млн т или 23,2%).

Значение экспорта для крупнейших угледобывающих компаний России представлено в таблице.

Угледобывающие предприятия, практически не соприкасаясь на внутреннем рынке, активно соприкасаются на внешних рынках, на рынках с развитой конкуренцией.

Чем же определяется востребованность или устойчивость угледобывающей компании на рынке? Прежде всего, потребителем или, точнее, его



Доля экспорта в добывче российского угля

Значение экспорта для крупнейших угледобывающих компаний России

Экспортер	Экспорт в 2008 г., млн т	Доля экспорта в поставках в 2008 г., %	Доля в экспорте России в 2008 г., %
СУЭК	24,6	27,1	26,2
Кузбассразрезуголь	21,8	50,6	23,2
Южный Кузбасс	5,9	31,7	6,3
Якутуголь	5,2	48,1	5,5
Черниговец	3,2	61,5	3,4
Южкузбассуголь	2,2	18,3	2,3
Междуречье	1,6	25,8	1,7

выбором. При выборе того или иного поставщика угольной продукции потребитель ориентируется на цену угля, его качество и надежность поставок. Причем требования к качеству угольной продукции и ценовые диапазоны на внутреннем и внешнем рынках значительно разнятся. На внутреннем рынке основным критерием для выбора потребителем того или иного поставщика угля является цена. В мире же сейчас использование лишь одного показателя «цена» не соответствует требованиям времени. В мировых контрактах на приобретение угольной продукции основные пункты это условия поставки, время поставки, надежность поставки, качество угольной продукции. Цена здесь занимает важное, но отнюдь не главное место.

Таким образом, устойчивое положение угледобывающей компании на рынке определяется, прежде всего, такими факторами как: соотношение цены и качества угольной продукции, надежность поставки товара до потребителя, запас прочности предприятия с точки зрения изменения цен на рынке и емкость рынка.

Поэтому необходимо разработать такой механизм оценки устойчивости угледобывающей компании на рынке, который бы учитывал одновременно влияние всех этих четырех факторов.

С этой целью предлагается определить критерий оценки устойчивости компаний, представляющий собой со-

отношение некой гипотетической расчетной цены и фактической цены – цены действующей на рынке.

Расчетная цена на уголь включает в себя четыре показателя.

Первый показатель – это соотношения цены и качества угольной продукции компании. Он показывает изменение цены при изменении качественных характеристик угля за счет обогащения.

Второй показатель – это надежность поставки угольной продукции до потребителя. Он показывает степень надежности добычи угля в компании, учитывает дополнительные возможности компании увеличивать надежность поставки угольной продукции за счет наличия собственных обогатительных фабрик, собственных железнодорожных вагонов и портовых мощностей.

Третий показатель – это запас прочности компании с точки зрения изменения цен на рынке. Запас прочности компании определяется разницей между действующей ценой (ценой у потребителя) и суммарными фактическими затратами, которые компания несет, то есть затраты на добычу, на обогащение и на транспорт.

Четвертый показатель – это емкость рынка. Он показывает, насколько рынки компании могут быть диверсифицированы или не диверсифицированы. Чем больше суммарная емкость рынка, то есть суммарная емкость тех сегментов, куда компания может по-

ставлять продукцию, объема добычи, тем более широкий ареал распространения имеет ее продукция.

Критерий оценки устойчивости угледобывающей компании на рынке, т.е. соотношение расчетной и фактической цены должен стремиться к максимуму. Чем выше это соотношение, тем более востребована компания и тем более устойчивое положение на рынке она занимает.

Учитывая то, что данный критерий получен теоретически, проверкой этой гипотезы является моделирование различных возможных ситуаций, в которых может оказаться компания, в некоторых диапазонах и оценка их влияния на уровень устойчивости компании.

Для этого выделяется группа или список угледобывающих компаний, которые согласно рангам, полученным в результате расчета критерия устойчивости компании на рынке, располагаются в списке определенным образом. При изменении какого-либо показателя они перемещаются по этому списку. В результате моделирования выделяются группа факторов, наиболее сильно влияющих на критерий, и диапазоны, в которых они наибольшим образом влияют. Например, влияние на критерий устой-

чивости компании начинается при колебании цен свыше 15% или до 15%.

Кроме того, каждый из этих факторов подразумевает некий набор мероприятий (закупка собственного вагонного парка, вложения в порт, вложения в перерабатывающие мощности, вложения в собственные производственные мощности и проч.). Например, как повысить показатель «надежность поставки угольной продукции до потребителя»? Повысить надежность поставок можно, прежде всего, приобретением собственного подвижного состава. Учитывая затраты на подобные мероприятия, рассчитывается эффект, получаемый при использовании данного набора мероприятий в виде изменения критерия устойчивости компании на рынке в ту или иную сторону и формируется механизм отбора мероприятий, повышающих устойчивость компаний на рынке.

Разработано новое направление исследований, позволяющее укрепить положение угледобывающих компаний на рынке. Результаты исследований могут использоваться инвестиционными фондами и угледобывающими компаниями для оценки степени устойчивости компаний на рынке и их инвестиционной привлекательности.

КОРОТКО ОБ АВТОРЕ

Павлова Наталья Владимировна – аспирант, ассистент кафедры, e-mail: pavlova@msmu.ru, МГИ НИТУ «МИСиС».

UDC 622:338.26

THE MECHANISM OF AN ESTIMATION OF STABILITY OF THE COAL-MINING COMPANIES IN THE MARKET

Pavlova N.V., Graduate Student, Assistant of Chair, e-mail: pavlova@msmu.ru,
Moscow Mining Institute, National University of Science and Technology «MISiS».

In article it is offered the new mechanism of an estimation of stability of the coal-mining companies in the market in the conditions of the limited and developed competition. Developed a new area of research in order to strengthen the position of the coal-mining companies in the market. The research results can be used by investment funds and coal mining companies to assess the degree of sustainability of companies in the market and their investment attractiveness.

Key words: stability, competition, market, coal-mining company, mechanism.