

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА УГЛЯ В РОССИИ

© 2011 Л.Ю. Русалева*

Ключевые слова: маркетинговые исследования, структура рынка угля, конкурентные преимущества, конкурентные силы, стратегии развития.

Исследуются проблемы развития рынка угольной промышленности России. Показаны конкурентные силы на рынке угля и действие основных стратегий достижения конкурентных преимуществ. Рассмотрена новая структура товаров на основе модернизации в отрасли.

На первом месте из пяти приоритетов по модернизации экономики России стоит энергоэффективность и энергосбережение. Это направление должно быть системообразующим, вокруг него концентрируются другие четыре. Энергоэффективность пронизывает приоритеты технологической модернизации.

Повышение энергоэффективности - важнейшая макроэкономическая задача, и ожидаемый эффект от ее решения зависит не только от сокращения потребления энергоресурсов, но и от запуска новых инновационных процессов, от внедрения передовых технологических решений, от развития рынков, определяющих структуру спроса и предложения. Проблема энергетического обеспечения дальнейшего развития экономики требует специального маркетингового исследования. Развитые экономически и лидирующие в технологии страны принимают меры к новому переделу мировой ресурсной базы. Об этом свидетельствует мировая экономическая политика и возрастающий интерес к России как поставщику энергетических ресурсов. Минерально-сырьевые ресурсы являются важнейшим фактором глобальной конкурентоспособности. Поэтому важно обеспечить эффективное использование всех их видов.

Мировой кризис распространился на потребление энергетического угля, который является одним из источников формирования бюджета. Спрос на него как на внешнем, так и внутреннем рынке сократился.

Помимо общих особенностей, связанных с мировым кризисом, наиболее узким местом является неконкурентоспособность российского угля. Поэтому в последнее время

усилился приток чужого дешевого угля. Необходимость повышения конкурентоспособности российского угля определяется его местом в системе энергетики России.

В отличие от многих стран в топливно-энергетическом балансе России большой удельный вес занимает экологически чистое топливо - природный газ, а доля каменного угля низка. В производстве электроэнергии доля газа растет, а доля атомной энергии и угля снижается. На тепловых станциях доля сжиженного газа за последние 5 лет увеличилась на 3%, а доля угля снизилась на 4%¹.

Удовлетворить растущие потребности экономики в энергии в основном за счет природного газа проблематично. Это объясняется рядом причин:

- ♦ значительного увеличения объемов добычи природного газа не происходит;
- ♦ Россия приняла на себя обязательства по поставкам газа за рубеж и гарантировала их исполнение;
- ♦ происходит масштабная газификация домов многих населенных пунктов;
- ♦ прогнозируется повышение стоимости природного газа для потребителей страны. Цена должна стать равноэффективной для внутреннего и внешнего рынков.

В долгосрочной перспективе следует переходить к использованию огромных запасов угля в России, которые оцениваются в 200 млрд. т. Потребляется угля около 200 млн. т в год. Уголь занимает в топливном балансе 27%, газ - 41%, нефть - 30%.

Учитывая рост тарифов на газ, диктуемый монополистом, к 2015 г. ожидается, что доля угля составит 37% топливного балан-

* Русалева Людмила Юрьевна, доктор экономических наук, зав. кафедрой государственного регулирования экономики Сибирской академии государственной службы, г. Новосибирск. E-mail: kaf-gosreg@sapa.nsk.su.

са, нефти - 25%, газа - 35%, прочих энергетических ресурсов - 3%.

Следовательно, энергоносителем, использование которого в перспективе может обеспечить растущие потребности, является уголь.

Угольная промышленность России сегодня представляет собой полностью рыночный сегмент российской экономики, практически 100% угледобывающих организаций имеют частную форму собственности.

В настоящее время в отечественной угольной промышленности производственную деятельность по добыче угля осуществляет 231 угледобывающее предприятие, в том числе 138 разрезов и 93 шахты с общей производственной мощностью более 365 млн. т в год. В эксплуатации находятся 46 обогатительных фабрик общей производственной мощностью 145 млн. т².

Российский уголь потребляется практически во всех субъектах РФ, а добыча производится в 26 субъектах. Основными регионами добычи являются Западная и Восточная Сибирь. Преимущественное развитие получает ведущий угольный бассейн страны - Кузбасс, высокий потенциал для развития имеет Канско-Ачинский угольный бассейн. В затухающем режиме работают угольные предприятия Урала, Подмосковского и Донецкого (Восточного Донбасса) бассейнов.

Основные проблемы, сдерживающие развитие угольной промышленности:

1) высокая доля затрат на перевозку (55% стоимости);

2) проблема рентабельности (себестоимость зависит от многих факторов - качества запасов, где они расположены, условий добычи, качества оборудования, внедрения или отсутствия новых технологий);

3) износ основных фондов³.

Причины техногенных катастроф в угольной промышленности:

1) угольная промышленность в 1990-е гг. была разрушена;

2) не проводятся фундаментальные геофизические научные исследования по методам откачки метана;

3) норма выработки увеличилась в 7 раз (с 1 до 7 тыс. т), а методы проветривания остались прежние;

4) государство должно более активно участвовать в контроле работы шахт по добыче угля.

К внутренним проблемам угольной промышленности добавляется нежелание энергетиков переходить с газа на уголь, а также рост объемов экспорта угля. В 2009 г. он составил 80,2 млн. т.

Угольные электростанции можно строить только в относительной близости от угольных разрезов и шахт, это главным образом Сибирь и Дальний Восток. Железнодорожные тарифы при плече перевозки больше 3 тыс. км съедают всю прибыль угольщиков. Поэтому европейская часть России, за редким исключением, невыгодный огромный сегмент потребителей для угольной промышленности.

Без модернизации технологий добычи, доставки и производства новых товаров перспективы развития угольной отрасли остаются маловыполнимыми. Получение синтетического газа, мазута, бензина позволяет расширить новинки на рынке угля и положить начало развитию конкуренции по газу и отходу от монополии ОАО "Газпром".

Общеизвестно, что основной единицей конкуренции является отрасль, так как любая организация стремится соперничать за потребителей на всех территориях.

Конкуренция, лежащая в основе функционирования рыночной экономики, не ограничивается противостоянием нескольких организаций, работающих в отдельной отрасли. Потребители, поставщики, потенциальные участники и фирмы, производящие продукты-заменители, являются конкурентами в борьбе за достижение собственных коммерческих целей и тем самым оказывают влияние на конкуренцию в отрасли в целом. Концепцию расширенной борьбы разработал М. Портер. Состояние конкуренции в отрасли определяется пятью основными силами, определяющими предельный потенциал прибыли отрасли. К этим силам относятся: конкуренция в секторе, поставщики, потребители, потенциальные конкуренты, товары-заменители⁴.

Потенциальные конкуренты, выходящие на рынок, привлекают новые производственные мощности и, соответственно, значительные ресурсы. В результате могут снизиться цены, предлагаемые покупателям. Но они, приходя на рынок, забирают свою долю прибыли. Давление со стороны товаров-замени-

телей тоже проявляется в ограничении потенциальной прибыльности отрасли за счет удовлетворения спроса другими товарами.

Власть каждой группы покупателей зависит от ряда характеристик рыночной ситуации и относительной доли ее закупок по сравнению с общим объемом отраслевого выпуска.

Рыночная власть поставщиков над участниками рынка проявляется в возможности повышения цен поставляемой продукции.

Конкурентные силы определяют прибыльность отрасли, поскольку влияют на цены, которые могут диктовать участники, на расходы, которые им приходится нести, и на размеры капиталовложений, необходимые для того, чтобы конкурировать в этой отрасли.

Позицию на рынке определяют конкурентные преимущества.

Основные подходы к понятию конкурентного преимущества определили М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен.

Конкурентное преимущество - это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности⁵.

Согласно М. Портеру, конкурентное преимущество делится на два основных вида - более низкие издержки и дифференциация товаров. Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и про-

давать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкурент. Продавая товар по такой же цене, что и конкуренты, фирма в этом случае получает большую прибыль.

Дифференциация - способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Конкурентное преимущество любого типа дает более высокую продуктивность, чем у конкурентов. Фирма с низкой себестоимостью продукции производит ее с меньшими затратами, чем конкуренты; у фирмы с дифференцированной продукцией прибыль с единицы продукции выше, чем у конкурентов.

Вид конкурентного преимущества и сферу, в которой оно достигается, можно объединить в понятие типовых стратегий, т.е. совершенно разных подходов к тому, что такое высокие показатели в отрасли. Каждая из этих стратегий применительно к угольной промышленности (рис. 1) представляет собой кардинально отличающуюся от прежних концепцию того, как надлежит конкурировать и добиваться успеха на рынке.

По Ж.-Ж. Ламбену, *конкурентное преимущество* - это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами⁶.

Сфера конкуренции	Широкая цель	Лидерство за счет экономии на издержках (разнообразные виды угольной продукции хорошего качества и по невысокой цене: продукция полученная после глубокой переработки - газ, бензин, смола, воск)	Дифференциация (широкий выбор высококачественной угольной продукции по высоким ценам: кокс, сорбенты, смолы, антрацит)
	Узкая цель	Сосредоточение на издержках (простая и стандартная угольная продукция с меньшими издержками и с наиболее низкими ценами: бурый уголь)	Сфокусированная дифференциация (специализированная угольная продукция по высокой цене: кокс, сорбенты)
		Меньшие издержки	Дифференциация
Конкурентное преимущество			

Рис. 1. Типовые стратегии достижения конкурентного преимущества в угольной промышленности

Он определил две широкие категории конкурентных преимуществ - внутренние и внешние.

Конкурентное преимущество называется "внешним", если оно основано на отличительных качествах товара, которые образуют ценность для покупателя за счет либо сокращения издержек, либо повышения эффективности.

Конкурентное преимущество является "внутренним", если оно базируется на превосходстве фирмы в отношении издержек производства, управления фирмой или товаром, которое создает "ценность для изготовителя", позволяющую добиться себестоимости меньшей, чем у конкурента.

В основе вышеизложенной концепции типовых стратегий лежит идея, что каждая из них основана на конкурентном преимуществе и что для того, чтобы добиться его, фирма должна выбрать свою стратегию.

Стратегия, вытекающая из внешнего конкурентного преимущества, - это стратегия дифференциации, которая опирается на маркетинговое ноу-хау угольной компании, следовательно, стратегия, основанная на внутреннем конкурентном преимуществе, - это доминирование по издержкам. Если угольная компания выберет стратегию лидерства за счет экономии на издержках, то фирма усилит конкурентное преимущество своей продукции за счет разнообразного ассортимента товаров и низкой цены.

В структуре рынка угля следует выделить следующих участников:

1. *Потребители.* Порядка 2/3 угля на внутреннем рынке поставляется на ТЭС, зачастую находящиеся в жесткой привязке к определенному поставщику. Остальной объем идет на нужды населению, АПК, коммунально-бытовые нужды и прочих потребителей.

2. *Производители угля.* Более 80% запасов угля расположены в Сибири, на долю Дальнего Востока (Южно-Якутский и другие бассейны) и европейской части (Донецкий, Печорский) страны приходится по 10% общих запасов угля. Практически все производство угля обеспечивается частными предприятиями. В государственной собственности находится только шахта, входящая в состав ФГУП "Артикуголь". Несмотря на то что добычу энергетического угля в России ведут

несколько десятков компаний, более половины рынка контролируется тремя компаниями: "ОАО "СУЭК", ОАО "УК "Кузбассразрезуголь" и ОАО "Мечел".

3. *Трейдера (торговые посредники).* На российском рынке представлено множество компаний, занимающихся активной куплей-продажей угля. Подавляющее большинство трейдерских компаний входит в состав холдинговых предприятий, которые занимаются добычей угля. Также возможно вхождение трейдера в состав холдинга, предприятия которого потребляют уголь, или в состав вертикально интегрированного холдинга, включающего в себя как добывающие, так и потребляющие энергетический уголь предприятия. По оценкам экспертов, на долю посреднических компаний приходится более половины от суммарных поставок угля конечным потребителям.

4. *Транспортные посредники.* ОАО "РЖД" (вместе с дочерними компаниями) является монополистом в области оказания услуг по транспортировке угля внутри страны и обеспечивает до 20% экспорта и большую часть импорта углей. В последнее время угледобывающие компании приобретают в свою собственность вагонные парки для уменьшения транспортных издержек. Но, по данным "РЖД", объемы таких перевозок не превышают 17%. По данным ЗАО "Морцентр-ТЭК", более половины экспортных поставок угля из России осуществляется через российские порты, треть - через порты Украины и стран Балтии. Основные объемы перевалки угля в России приходятся на пять морских портов:

- ◆ "Восточный" (Приморский край) - 40%;
- ◆ "Мурманск" (Мурманская область) - 24%;
- ◆ "Туапсе" (Краснодарский край) - 9%;
- ◆ "Высоцк" (Ленинградская область) - 9%;
- ◆ "Санкт-Петербург" (Ленинградская область) - 7%.

Основная продукция на рынке угля - это бурый и энергетический уголь.

Доля энергетического угля от общего объема добытого угля в РФ достигает 80%. В 2009 г. уровень добычи энергетического угля снизился на 8% относительно 2008 г. и составил 239,4 млн. т. Сокращение объемов

до уровня 2006 г. обусловлено падением цен на энергетический уголь на 52% в первом квартале 2009 г. на мировом рынке и снижением внутреннего спроса в связи со спадом производства в большинстве секторов экономики. Так, выработка электроэнергии российскими ТЭС, являющимися главными потребителями энергетических углей, составила в 2009 г. 579,2 млрд. кВт·ч, что на 9,3% меньше выработки за 2008 г. Основной спад пришелся на первый квартал, после чего динамика изменилась в положительную сторону со средним увеличением объемов добычи на 2,5%.

Проведенный анализ показал, что развитие рынка угля России зависит от того, как развиваются региональные рынки угля. На примере Кемеровского рынка угля рассмотрим основные проблемы развития регионального рынка угля.

Существует много проблем, связанных с развитием рынка угля Кемеровского региона, из них можно выделить основные преграды, тормозящие развитие:

1. Нехватка вагонов. Для обеспечения дальнейшего роста объемов перевозки грузов из Кузбасса или других угольных регионов необходимо решить проблему подвижного состава. Сегодня критически не хватает вагонов. Кроме того, около 25 тыс. вагонов списывается каждый год. Только один Кузбасс в сутки грузит более 8 тыс. вагонов⁷.

Для рынка нужны вагоны уже нового поколения - большей грузоподъемности. Нужен и более мощный локомотивный парк для организации движения тяжеловесных поездов и дальнейшего развития пропускных и перерабатывающих способностей железнодорожных станций и узлов.

2. Развитие инфраструктуры магистрального и промышленного железнодорожного транспорта. После добычи угля необходимо его доставить к рынкам сбыта. С каждым годом перевозки угля железнодорожным транспортом возрастают. А это требует опережающего развития всей инфраструктуры магистрального и промышленного железнодорожного транспорта.

3. Повышенный уровень смертельного травматизма. Необходимы масштабные инвестиции в угольную отрасль, которые позволили бы не только прибавить в добыче угля,

но и снизить травматизм и количество аварий с тяжелыми последствиями.

4. Экология. С учетом дальнейшего масштабного роста добычи угля экологическая ситуация будет только усугубляться. При ведении открытых горных работ одновременно используется до 500 т взрывчатки, а ежегодно - около 250 тыс. т. Эти взрывные работы приводят к разгрузке горных массивов и земной коры, что может привести к землетрясению.

5. Нехватка коксующих углей. Несмотря на то что в России наблюдается резкое увеличение спроса на коксующийся уголь, объем его добычи в стране на протяжении последних лет находится практически на одном и том же уровне - 70 млн. т в год.

6. Недостаточная производительность портов по перевалке углей. Многие порты в России не приспособлены для перевалки угля, и поэтому возникают многие проблемы с задержкой вагонов в портах.

7. Проблема, связанная с расширением товарного ассортимента на рынке угля.

Согласно теории М. Портера, состояние конкуренции в отрасли определяется пятью основными силами, определяющими предельный потенциал прибыли отрасли.

Потенциальные конкуренты, выходящие на рынок, привлекают новые производственные мощности и, соответственно, значительные ресурсы. В результате могут снизиться цены, предлагаемые покупателям. На рис. 2 представлены основные конкурентные силы на рынке угля Кемеровской области. На данном рынке сформировалась олигополистическая структура, лидером является ОАО "СУЭК". Давление со стороны товаров-заменителей проявляется в ограничении потенциальной прибыльности отрасли за счет установления потолка цен. Для рынка угля товарами-заменителями в данное время являются газ и нефть.

Власть каждой группы покупателей зависит от ряда характеристик рыночной ситуации и относительной доли ее закупок по сравнению с общим объемом отраслевого выпуска.

Рыночная власть над участниками рынка проявляется в возможности повышения цен поставляемой продукции. Так, у организаций, занимающихся производством кокса, есть

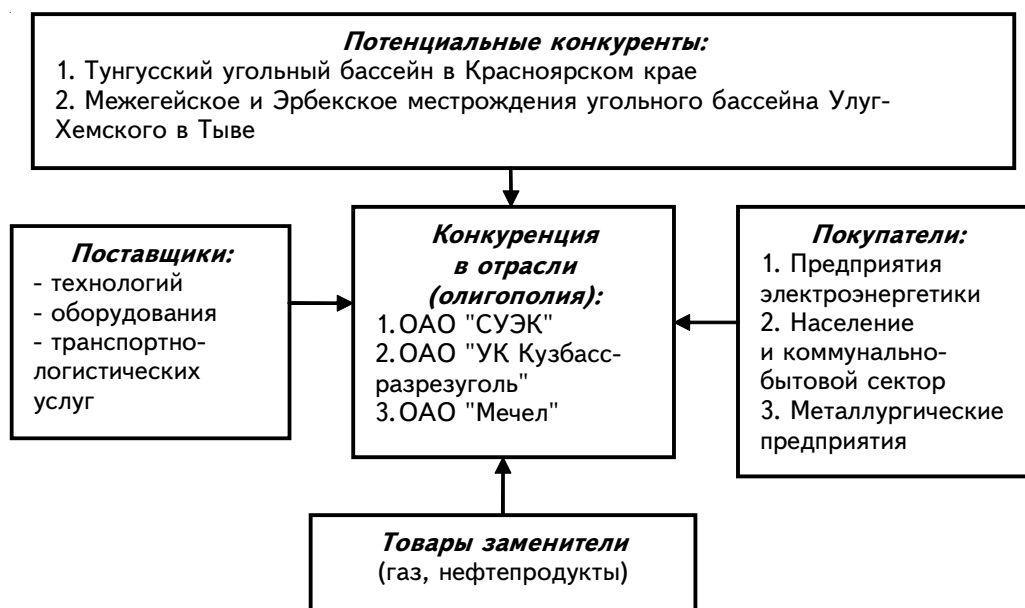


Рис. 2. Конкурентные силы на рынке угля

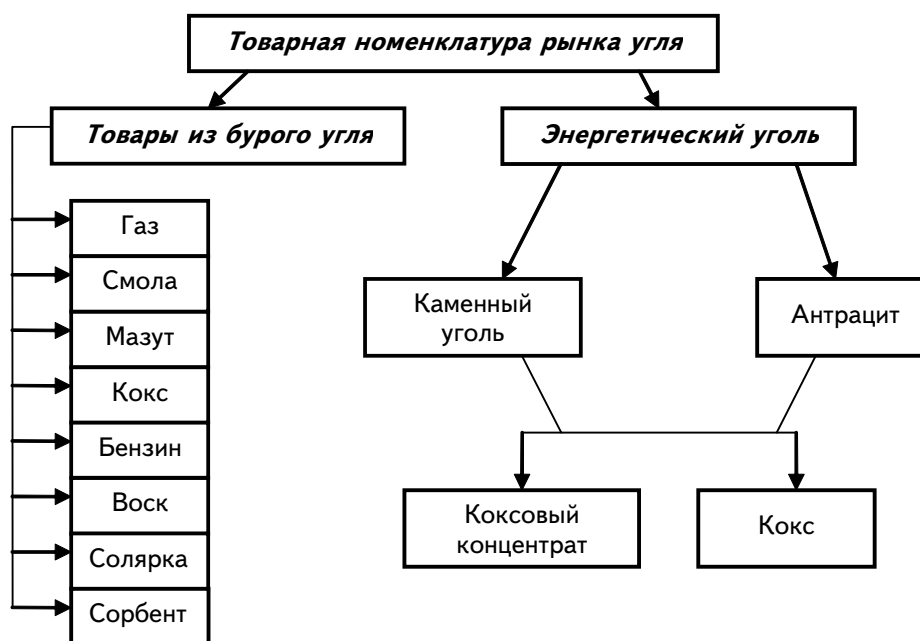


Рис. 3. Структура товаров на рынке угля после 2030 г.

возможность повышать цены на поставляемую ими продукцию, так как без кокса металлургический завод не сможет производить свою продукцию.

Конкурентное преимущество любого типа дает более высокую продуктивность, чем у конкурентов. Фирмы на рынке угля с более низкой себестоимостью продукции получают преимущество по ценам, а предприятия с дифференцированной продукцией имеют прибыль с единицы продукции выше, чем у конкурентов за счет увеличения спроса.

Сегодня все компании продают на рынке в основном либо кокс, либо уголь или оба продукта. Однообразие товарного ассортимента очень сильно осложняет ситуацию со спросом и рентабельностью работы предприятий. Изучение предпочтений потребителей позволяет сформировать современную производственную программу на основе инноваций. Уголь является в данное время невыгодным товаром, и это необходимо понять менеджменту всех российских угольных компаний. На рис. 3 представлен ассортимент

товаров угольной промышленности после внедрения новых технологий переработки угля.

Новая модель развития не только угольной отрасли, но и ТЭК в целом должна быть не чисто коммерческой, а сочетать в себе экологические и коммерческие подходы. Следовательно, новая модель развития угольной отрасли должна основываться на концепции социально-ответственного маркетинга.

Главным направлением развития рынка угля является реализация внутреннего типа конкурентного преимущества. Внедрение установок высокоскоростного, высокотемпературного пиролиза для переработки угля позволит получить новые продукты для отрасли, развивать современную товарную поли-

тику, дающую возможность выйти на новые рынки сбыта.

¹ См.: <http://www.minenergo.gov.ru>.

² Там же.

³ Территориальные основы государственного управления. Часть I: Территориальная - региональная экономика и государственное управление : учеб. пособие / под ред. Г.Г. Шалминой. Новосибирск, 2003.

⁴ *Портер М.* Международная конференция : пер. с англ. М., 1993.

⁵ Там же.

⁶ *Ламбен Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. СПб., 1996.

⁷ *Тулеев А.А.* Социально-экономическое положение Кузбасса и перспективы его дальнейшего развития // Федеративные отношения и регион. соц.-экон. политика. 2007. № 11. С. 7-12.

Поступила в редакцию 16.10.2010 г.