

УДК 658.1.009.12

Музафарова В.А.\*

## **ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО РЫНКАМ СБЫТА**

*Рассмотрены вопросы формирования преимуществ рынков сбыта для продукции предприятия по объему и ценовому фактору.*

В оценке конкурентоспособности продукции важную роль играют рынки сбыта, которые позволяют выявить преимущества продукции предприятия не только по объемам потребления на этих рынках, но и по ценовому фактору.

То, что мы сегодня наблюдаем в мировой торговле металлом, многие называют началом затяжного кризиса. Очевидно, что финансовая дестабилизация оказывает существенное влияние на ситуацию в черной металлургии. Но ключевым фактором стала все же осечка, вызванная чрезмерной эксплуатацией некоторых привлекательных рынков. К сожалению, в украинской металлургической отрасли эта осечка произвела эффект разорвавшейся бомбы, взрывная волна которой смела с рынка половину отечественных сталеплавильных мощностей. К концу 2008 года произошла некоторая стабилизация, однако украинским экспортерам очень трудно будет вернуться на рынок, потому что в течение трех безоблачных для стальной промышленности лет, когда мировой рынок, как пылесос, всасывал в себя еще горячий после прокатки металл, Украина потеряла свое основное конкурентное преимущество: себестоимость выплавки отечественной стали превысила китайскую.

Сектор стали оказался одним из наиболее подверженных действию финансового кризиса, прекращение которого, очевидно, и будет поворотной точкой в оздоровлении рынка черных металлов. Стратегически спрос на сталь остается высоким. Потенциал четырех интенсивно индустриализующихся стран – Бразилии, России, Индии и Китая (БРИК) – плюс строительный бум на Ближнем Востоке в ближайшем будущем способны обеспечить планете дополнительных 850 миллионов тонн стального потребления. Поэтому говорить о неотвратимом снижении спроса и связанном с ним перепроизводстве несвоевременно по крайней мере до 2022 года [1].

Беспрецедентный рост цен, в частности на стальную заготовку, в мае-июне 2008 года был спровоцирован растущим импортным спросом на Ближнем Востоке на фоне существенного снижения китайских поставок в этот регион.

При взгляде на перспективу 2009 года становится понятным, что ключевым фактором сохранения своей роли на рынке для одних экспортеров и выживания для других станет себестоимость продукции. Украина способна решить эту задачу только при условии незамедлительного и целенаправленного объединения усилий как производителей, так и государства.

По причине глобального экономического кризиса в 2009 году следует ожидать снижения национальных ВВП – в том числе и в странах БРИК – из-за необходимости проведения антиинфляционной политики. Самым ощутимым следствием станет замедление стального потребления в Китае и рост экспортных поставок из этой страны. На мировом рынке усилится конкуренция экспортеров. Главным инструментом конкуренции станет себестоимость продукции.

Внешний рынок будет оставаться основным вектором украинских поставок. Надежды на быстрый рост внутреннего рынка после довольно динамичных 2005 и 2007 годов не оправдались. Стало быть, доля экспорта и в дальнейшем будет превышать 75 % от произведенного в Украине проката [1].

---

\*ПГТУ, аспирант

В настоящее время цены мирового рынка на отдельные виды продукции значительно ниже себестоимости ее производства на отечественных меткомбинатах, которые не входят в вертикально интегрированные компании. Это обстоятельство является главной причиной остановки половины доменных печей в Украине. Уже в августе 2008 года уровень себестоимости оставил украинских производителей за пределами рынка. А между тем цены продолжают снижаться.

Год назад себестоимость производства стали в Украине была ниже, чем в Китае, хотя несколько превышала себестоимость российскую. В 2008 году из-за резкого роста цен на сырье – особенно уголь и кокс – этот показатель увеличился для неинтегрированных украинских компаний на 63 %. Украинские затраты на уголь и кокс, природный газ и металлолом значительно превышают затраты китайских производителей. И только издержки китайцев на железную руду не позволяют им намного оторваться вперед от Украины. Все остальные составляющие себестоимости ниже.

Перейдя «китайский порог» себестоимости, Украина оказалась в весьма уязвимой позиции. Сейчас Китай является ключевым фактором формирования мировой цены на стальную продукцию. Находясь «под Китаем» по уровню рентабельности, украинская металлургия подвергает себя опасности быть смытой азиатским цунами с международных рынков.

В этих обстоятельствах Украина должна срочно определить формулу выживания в металлургическом мире. Понятно, что в долгосрочной перспективе важным является развитие внутреннего рынка. Не вызывает сомнений, что Украина во что бы то ни стало должна сохранить свои позиции на рынках Европы и СНГ. Но по причине стагнации экономики в США и ЕС в ближайшие годы самыми емкими регионами сбыта будут оставаться Ближний Восток, Африка (33 миллиона тонн в год) и Юго-Восточная Азия (37 миллионов тонн в год). Именно эти регионы из-за проигрыша украинцами борьбы за рентабельность стали для Украины самыми хрупкими рынками [1].

Формула выживания на этих рынках для Украины проста. Значительно сложнее этой формулы придерживаться. Сумма себестоимости украинской продукции и затрат на доставку в данный регион должна быть меньше или равняться китайской сумме аналогичных показателей.

Стало быть, чем дальше лежит путь китайской стали, тем больше шансов у украинских экспортеров. Значит, жизненно важной задачей станет сохранить рынок ближнего к нам и далекого от Китая Востока (Ближний Восток и Африка). Следует также побороться за рынок Юго-Восточной Азии, но там преимущества Китая требуют от украинских производителей значительного сокращения себестоимости.

Путь к решению представленной формулы единственный и прямой: модернизация производства с переходом на низкзатратные технологии. При этом период технического перевооружения украинской металлургической отрасли не должен превышать трех лет. Потому что уже даже эти три года отечественная стальная промышленность может находиться в состоянии клинической смерти. А дальше начнутся необратимые процессы.

Цель настоящей статьи заключается в анализе преимуществ рынков сбыта для продукции комбината ОАО «ММК им. Ильича» по объему и ценовому фактору.

Проанализируем рынки сбыта металлопродукции комбината ОАО «ММК им. Ильича» в натуральном выражении, табл. 1.

Таблица 1 – Анализ рынков сбыта металлопродукции в натуральном выражении

Виды продукции	2005 г., тыс. т			2006 г., тыс. т			2007 г., тыс. т			2008 г., тыс. т		
	Украина	СНГ	Дал. зарубежье	Украина	СНГ	Дал. зарубежье	Украина	СНГ	Дал. зарубежье	Украина	СНГ	Дал. зарубежье
Прокат	797,7	438,1	4104,2	967,7	441,2	3722,7	924,4	412,7	3850,8	785,4	262,2	3007,4
Чугун	21,0	–	15,5	18,9	–	53,3	22,9	–	80,8	27,1	–	43,2
Сталь	–	–	107,5	9,8	0,1	344,1	–	–	304,6	–	0,1	416,3
Трубы	48,4	11,6	31,4	43,6	44,3	14,4	59,8	52,9	8,5	28,0	51,3	8,7

Рассчитаем цепные индексы объемов экспорта металлопродукции комбината и проанализируем динамику по рынкам сбыта, табл. 2.

Таблица 2 – Динамика объемов экспорта металлопродукции по рынкам сбыта

Виды продукции	2006 г. к 2005 г., %			2007 г. к 2006 г., %			2008 г. к 2007 г., %		
	Украина	СНГ	Дал. зарубежье	Украина	СНГ	Дал. зарубежье	Украина	СНГ	Дал. зарубежье
Прокат	121,0	100,7	90,7	95,5	93,5	103,4	85,0	63,5	78,1
Чугун	90,0	–	344,3	121,1	–	151,6	118,1	–	53,4
Сталь	–	–	320,1	–	–	88,5	–	–	136,7
Трубы	90,2	380,8	45,8	137,0	119,4	58,8	46,8	97,0	102,7

На основе представленных данных табличным способом, можно сделать вывод, что наибольшую долю в экспорте металлопродукции комбината на всех рынках сбыта занимает прокатная продукция. Самый емкий рынок сбыта продукции комбината – страны дальнего зарубежья, который является источником поступления валюты.

Представим динамику объемов экспорта проката графически, рис. 1.

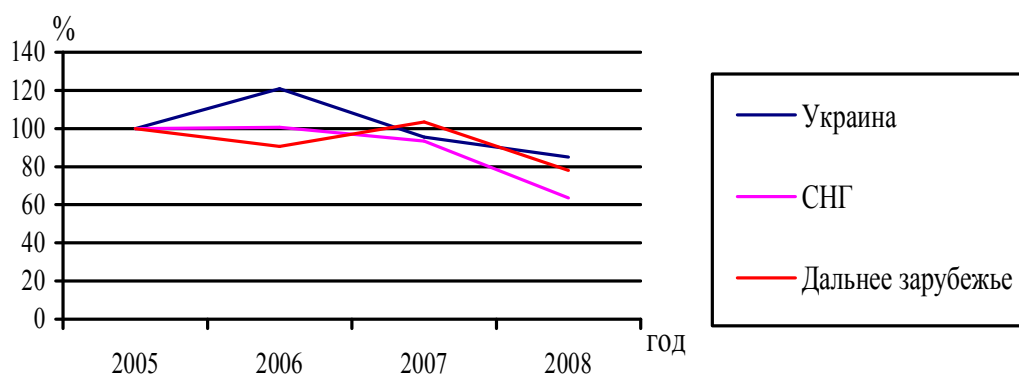


Рис. 1 – Динамика объемов экспорта проката

Проанализировав цепные индексы объемов экспорта в натуральном выражении по рынкам сбыта за 2006-2008гг., мы видим, что динамика изменения экспорта металлопродукции по рынкам сбыта за 2005-2008гг. не равнозначна, однако мы видим, что в 2008г. объемы экспорта металлопродукции комбината резко падают по всем рынкам сбыта, причиной чего стал начавшийся кризис в металлургической отрасли.

Проанализируем цены на металлопродукцию комбината по рынкам сбыта, табл. 3.

Таблица 3 – Анализ цен на металлопродукцию комбината по рынкам сбыта

Виды продукции	2005г., грн/т			2006г., грн/т			2007г., грн/т			2008г., грн/т		
	Украина	СНГ	Дал. Зарубежье	Украина	СНГ	Дал. Зарубежье	Украина	СНГ	Дал. Зарубежье	Украина	СНГ	Дал. Зарубежье
Прокат	2570,4	3068,3	2199,5	2585,1	3241,5	2188,9	3003,2	3479,2	2771,0	4432,5	4937,5	4014,7
Чугун	789,8	-	1316,0	1211,2	-	1402,7	1345,8	-	1533,0	2172,4	-	3056,6
Сталь	-	-	1788,3	1999,8	2100,0	1940,7	-	-	2322,2	-	4950,5	3822,3
Трубы	2397,6	2791,4	2724,4	2603,8	3374,3	2804,5	3109,6	4530,1	3863,4	4515,2	5652,7	5224,9

Представим динамику цен на прокат по рынкам сбыта графически, рис.2.

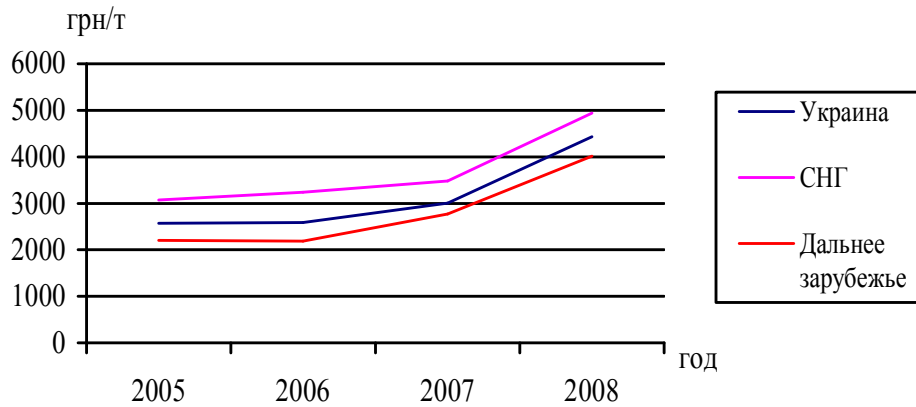


Рис. 2 – Динамика цен на прокат по рынкам сбыта

Проанализировав цены на металлопродукцию комбината, мы наблюдаем с каждым годом их рост. Самые высокие цены на все виды металлопродукции наблюдаются на рынке СНГ, однако объемы реализации в натуральном выражении на этом рынке самые низкие. Что касается проката, самая низкая цена наблюдается на рынке стран дальнего зарубежья, что и объясняется высоким объемом реализации на данном рынке металлопродукции.

Таким образом, необходимо внедрить организационно-технические мероприятия, в том числе новые технологии, направленные на снижение энергоемкости и материалоемкости производства. В связи с постоянным ростом цен на основные виды сырья – железорудный концентрат, природный газ, электроэнергию – данное мероприятие приобретает особую актуальность.

#### *Выводы*

1. Внешний рынок будет и на ближайшие годы оставаться основным вектором украинских поставок металлопродукции.
2. С учетом ценового и качественного факторов основными потребителями металлопродукции комбината ОАО «ММК им. Ильича» являются страны дальнего зарубежья.
3. С целью поддержания высокого уровня конкурентоспособности предприятия комбинату необходимо разрабатывать мероприятия, направленные на снижение себестоимости продукции и соответственно цены; и дальнейшего расширения рынков сбыта.

#### *Перечень ссылок*

1. *Власюк В.* Формула № 1. Украинский прокат теряет конкурентные преимущества / *В. Власюк* // *Металлургический компас. Украина-Мир.* – 2008 г. – № 9. – С. 2 – 8.
2. Производство и экспорт металлопродукции Украины // *Металл Бюллетень. Украина.* – 2008. – № 2. – С. 48 – 60.
3. Производство и экспорт металлопродукции Украины // *Металл Бюллетень. Украина.* – 2009. – № 1. – С. 51 – 61.

Рецензент: Т.Н. Черната  
канд. экон. наук, доц., ПГТУ

Статья поступила 10.03.2009