

Кононыхина А.Д. Маркетинговая стратегия, как фактор повышения ресурсоэффективности предприятия на примере ООО «Южный Кузбасс» // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2015. – № 01 (май). – АРТ 07-эл. – 1,7 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

А.Д. Кононыхина
Студентка 3-го курса, кафедры экономики
и автоматизированных систем управления
ЮТИ ТПУ «Юргинский Технологический Институт Томского
Политехнического Университета»
Научный руководитель: Лощилова М.А., старший преподаватель
Г. Юрга, Кемеровская область,
Российская Федерация

**Маркетинговая стратегия, как фактор повышения ресурсоэффективности
предприятия на примере ООО «Южный Кузбасс»**

Цель работы: разработать маркетинговую стратегию, для хорошего развития компании «Южный Кузбасс».

Задачи работы: исследовать рыночное положение углепроизводителей, оценка концентрации угледобывающих комплексов, оценка рыночных условия и далее разработка маркетинговой стратегии.

Определение маркетинга – это система управления, разработки и продвижения товаров или услуг, обладающих ценностью для потребителей, производителей и общества в целом, на основе комплексного анализа рынка.

В совокупности эти действия отражаются на отработываемой предприятием стратегии охвата рынка – долгосрочных программах по управлению рыночными процессами.

Важнейшей функцией маркетинга в современных условиях является изучение рынка, в том числе: сегментация, то есть выделение различных компонентов рынка согласно различным потребностям, географических и других особенностей реализации продукции; сбор рыночной информации, а также позиционирование товаров на конкурентный рынок или закрепление на нём; прогнозирование рынков.

Маркетинг вызывает к себе интерес и используется большинством компаний за рубежом, потому что позволяет решать рыночные проблемы наиболее рациональным путем, максимально использовать свои возможности и возможности рынка для получения прибыли, планировать свою деятельность на рынке с учетом предполагаемых тенденций его развития.

Маркетинг впитал в себя достижения не только мировой практики, но и науки, начиная с информатики и кибернетики и завершая психологией, не говоря уже об использовании управленческой и экономической наук.

В данной курсовой работе необходимо выполнить исследование рынка анализируемой компании "Южный - Кузбасс". Для рассмотрения компании "Южный Кузбасс" рассмотрим прибыль и рентабельность углепроизводителей, средневзвешенный калорийный эквивалент, средневзвешенную себестоимость и цену, также построим схему позиционирования углепроизводителей и по показателям цены, рентабельности и калорийного эквивалента, далее рассчитаем оценку концентрации угледобывающих комплексов и сделаем оценку рыночных условий. После определим рыночное положение "Южного

Кузбасса", оценим ее возможности, наметим цели и предложим маркетинговую стратегию.

Для разработки маркетинговой стратегии исследуем рыночное положение углепроизводителей, чтобы посмотреть общую картину положения на рынке углепроизводства.

Для проведения анализа рыночного положения представлен рынок энергетических углей России, из этого анализа посмотрим уровень конкурентоспособности предприятия – ОАО «Южный Кузбасс».

Рынок энергетических углей России в 2011-2012 гг. представлен 23 производителями, в том числе 15 углепроизводителей Кемеровской области, которые добывают уголь разных марок и разного качества[2].

2.1 Расчет прибыли и рентабельности углепроизводителей в 2011 году

Рассчитаем показатели исследования рыночного положения углепроизводителей 2011 года, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1. Расчет прибыли и рентабельности углепроизводителей в 2011 году:

Углепроизводитель	Цена(руб./т)	Себестоимость(руб./т)	Прибыль(руб./т)	Рентабельность (%)
1.Кузбассразрезуголь	1299	918	381	41,5
2.СУЭК-Кузбасс	1245	933	312	33,4
3.СДС-Уголь	2407	1598	809	50,6
4.Южный Кузбасс	1956	701	1255	179
5.УК Заречная	2806	1782	1024	57,5
6.Кузбасская ТК	1198	960	238	24,8
7. Южкузбасуголь (ш. Грамотеинская)	965	798	167	20,9

8.Разрез Южный	835	785	50	6,4
9. Разрез Пермяковский	1176	1265	-89	-7,1
10. Стройсервис	3450	2025	1425	70,3
11. Шахта Беловская	844	628	216	34,4
12. УК Промуглесбыт	1441	1569	-128	-8,1
13. Разрез Бунгурский- Северный	1607	1117	490	43,9
14. ООО Русский уголь-Кузбасс	1002	883	119	13,5
15. МаррТЭК	413	1255	-842	- 67,1
16. СУЭК, в т.ч.				
-СУЭК-Красноярск	795	541	254	46,9
-СУЭК-Хакасия	846	713	133	18,6
-Разрез Тугнуйский	835	649	186	28,7
-Приморскуголь	567	392	175	44,6
-Разрез Харанорский	516	440	76	17,3
-Уралуголь	580	436	144	33,1
17. Востсибуголь	895	627	268	42,8
18.Красноярсккрайу голь	750	515	235	45,7
19.Разрез Лучегорский	1050	719	331	46,1
20. Разрез Степной	944	541	403	74,5
21. Приаргунское ПГХО	1093	830	263	31,7

22. Амурский уголь	496	327	169	51,7
23. Интауголь	857	790	67	8,5

2.2 Средневзвешенные коэффициенты 2011 г.

Расчитаем средневзвешенные коэффициенты для того, чтобы посмотреть отношение цен анализируемой компании «Южный Кузбасс» с средневзвешенными коэффициентами цены, качества и себестоимости.

Средневзвешенный калорийный эквивалент 2011 год:

Калорийный эквивалент по Кузбассу за 2011 год.

$$(36789,273 + 21868,136 + 17836,668 + 6618,6 + 6717,46 + 6593,76 + 1641,51 + 2271,636 + 1030,75 + 1975,61 + 2122,164 + 1614,956 + 1644,822 + 1029,285 + 864,152) / 131394 = 110618,782 / 131394 = 0,842$$

Калорийный эквивалент по России за 2011 год.

$$(15304,349 + 7405,234 + 7252,7 + 2157,268 + 2513,5 + 1863,133 + 8279,2 + 3093,979 + 2955,512 + 2444,79 + 2245,33 + 1407,98 + 1662,21) / 101532 = 58585,158 / 101532 = 0,577$$

Общий Калорийный эквивалент за 2011 год.

$$169203,95 / 232926 = 0,726$$

Средневзвешенная себестоимость 2011 год:

Себестоимость по Кузбассу за 2011 год.

$$(38509182 + 24760887 + 32426616 + 5155154 + 16397964 + 8328960 + 1651860 + 2226260 + 1682450 + 4734450 + 1609564 + 3009342 + 2235117 + 1178805 + 1243705) / 131394 = 1451503 / 131394 = 1104,7 \text{ руб./т.}$$

Себестоимость по России за 2011 год.

$$(15304349 + 7478657 + 6724289 + 2231264 + 2420000 + 1407844 + 9906600 + 2945285 + 2984569 + 1842105 + 2658490 + 1304628 + 1998700) / 101532 = 58936780 / 11532 = 580,5 \text{ руб./т.}$$

Себестоимость общая за 2011 год.

$$204087096 / 23296 = 876,2 \text{ руб./т.}$$

Средневзвешенная цена 2011 год:

Цена по Кузбассу за 2011 год.

$$(54491751 + 33041055 + 48842844 + 14384424 + 25820812 + 10393848 + 1997550 + 2368060 + 1564080 + 8066100 + 2163172 + 2763838 + 3215607 + 1337670 + 409283) / 131394 = 21080094 / 131394 = 1604,8 \text{ руб./т.}$$

Цена по России за 2011 год.

$$(22489755 + 8873694 + 8651435 + 3227364 + 2838000 + 1872820 + 14141000 + 4289250 + 4358550 + 3214320 + 3500879 + 1569344 + 2168210) / 101532 = 81194621 / 101532 = 799,7 \text{ руб. / т.}$$

Цена за 2011 год.

$$2920547 / 232926 = 1253,9 \text{ руб./т.}$$

На рынке энергетических углей присутствуют 23 производителя энергетических углей России. Из них 15 производителей Кузбасса и остальных производителей в России 8. Из приложения 1 видно, что в 2011 году в России объем добычи угля составляет 232926 тыс.т. Цена угля в 2011 году колеблется от 413 руб./т. до 3450 руб./т., при себестоимости угля от 80 руб./т. до 2025 руб./т. Самая низкая прибыль среди углепроизводителей России составляет -842 руб./т. в компании МаррТЭК, а самая высокая прибыль с 1 тонны угля в компании Стройсервис и составляет 1425 руб. Самая низкая конкурентоспособность у компании МаррТЭК равная -67%, а самое конкурентоспособная компания «Южный Кузбасс», при уровне конкурентности равной 179%.

Средневзвешенная цена за 1 тонну угля за 2011 год по Кузбассу составляют 1604,8 руб./т. и по России 1253,9 руб./т., а средние цены анализируемой компании «Южный Кузбасс» составляют 1956 руб./т. за 2011 год, что выше средневзвешенной по России, но при том, что качество угля находится на самом высоком уровне.

Средневзвешенная себестоимость за 2011 год по Кузбассу составляют 1104,7 руб./т., по России 876,2 руб./т., а цены анализируемой компании «Южный Кузбасс» составляют 701 руб./т. за 2011 год, этот показатель ниже средневзвешенной себестоимости по России.

Средневзвешенный калорийный эквивалент за 2011 год по Кузбассу составляет 0,842 и по России 0,726, а калорийный эквивалент анализируемой компании «Южный Кузбасс» составляют 0,9, что показывает высокое качество угля данной компании, при том что калорийный эквивалент в 2011 году в России колеблется от 0,379 до 0,9.

2.3 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В 2011 г.[4]

Построим схему позиционирования углепроизводителей в 2011 году по показателям цены, калорийного эквивалента и рентабельности.

По графикам видно, что в зависимости от качества угля и его стоимости на рынке углепроизводителей, выделяют следующие группы углепродуктов:

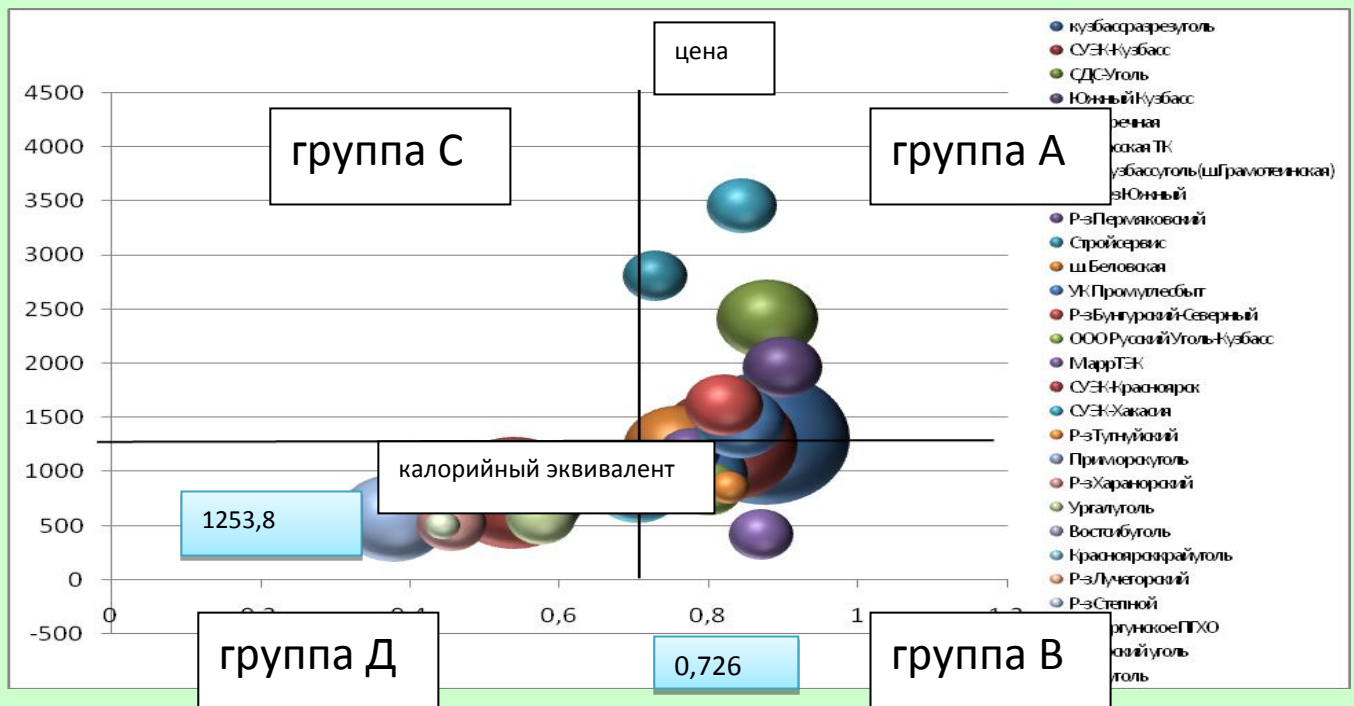
А – группа дорогостоящих высококачественных углей;

В – группа с высококачественным калорийным эквивалентом и низкой стоимостью;

С – группа низким калорийным эквивалентом и высокой стоимостью;

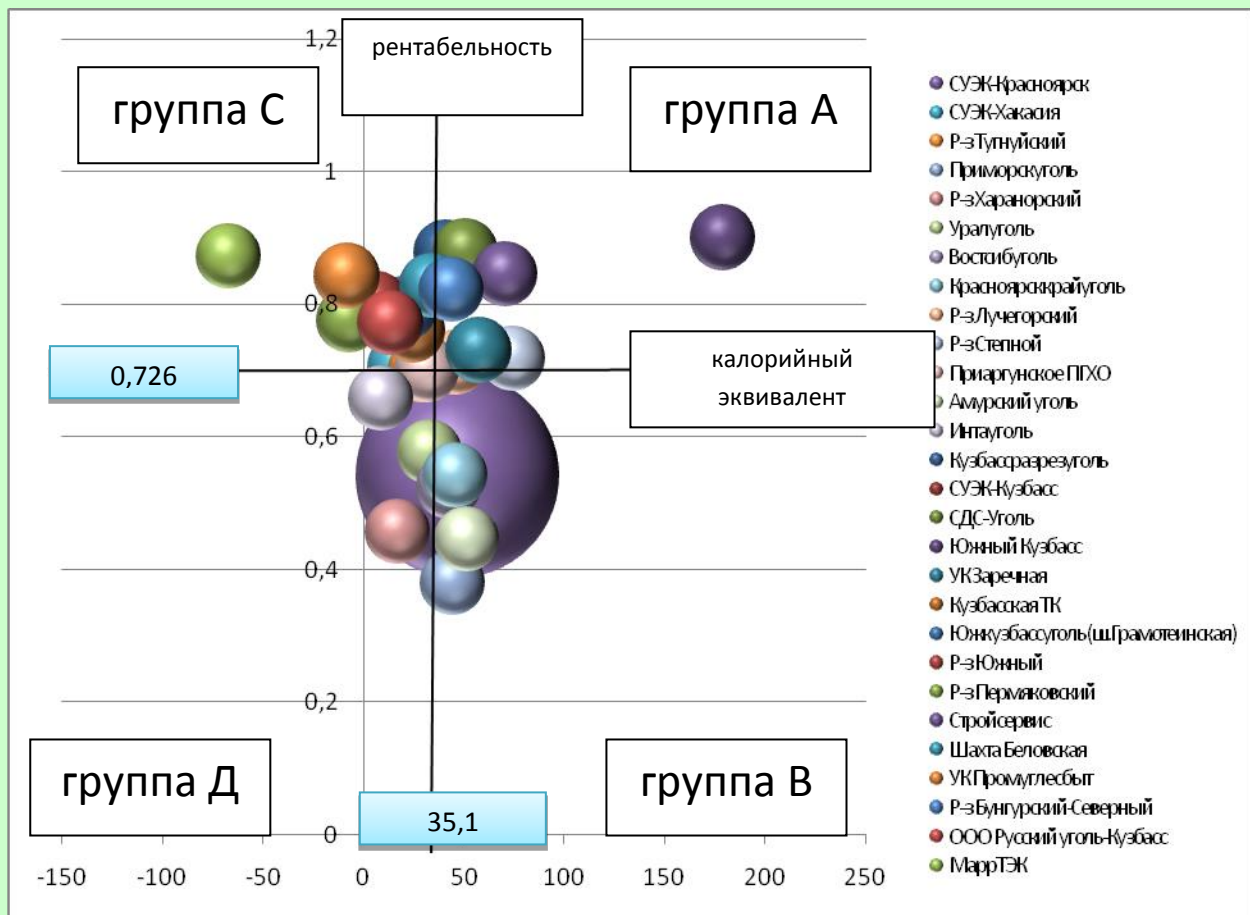
Д – группа углепродуктов.

***Рис.1 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РОССИИ В
2011 ГОДУ***



На рис. 1 к группе А относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом от 0,726 и при цене выше 1253,8 руб./т. (9 углепроизводителей, в том числе анализируемая компания "Южный Кузбасс"). К группе В относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом от 0,726 и при цене ниже 1253,8 руб./т.(14 углепроизводителей). К группе Д относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,726 и при цене ниже 1253,8 руб./т. (6 углепроизводителей)

Рис.2 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И КАЛ.ЭКВИВАЛЕНТУ В 2011 ГОДУ



На рис. 2 к группе А относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом от 0,726 и при рентабельности выше 35,1% (6 углепроизводителей, в том числе "Южный Кузбасс"). К группе В относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,726 и при рентабельности выше 35,1% (6 углепроизводителей). К группе С относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом выше 0,726 и при рентабельности ниже 35,1% (10 углепроизводителей). К группе Д относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,726 и при рентабельности ниже 35,1% (7 углепроизводителей).

2.4 Расчет прибыли и рентабельности углепроизводителей в 2012 году [3]

Показатели исследования рыночного положения углепроизводителей 2012 года представлены в таблице 2.

Таблица 2. Расчет прибыли и рентабельности углепроизводителей в 2012 году:

<i>Углепроизводитель</i>	<i>Цена(руб./т)</i>	<i>Себестоимость(руб./т.)</i>	<i>Прибыль(руб./т)</i>	<i>Рентабельность(%)</i>
<i>1.Кузбассразрезуголь</i>	<i>1100</i>	<i>985</i>	<i>115</i>	<i>11,7</i>
<i>2.СУЭК-Кузбасс</i>	<i>1180</i>	<i>990</i>	<i>190</i>	<i>19,2</i>
<i>3.СДС-Уголь</i>	<i>1300</i>	<i>1460</i>	<i>-160</i>	<i>-10,9</i>
<i>4.Южный Кузбасс</i>	<i>1440</i>	<i>845</i>	<i>595</i>	<i>70,4</i>
<i>5.УК Заречная</i>	<i>2200</i>	<i>1860</i>	<i>340</i>	<i>18,3</i>
<i>6.Кузбасская ТК</i>	<i>900</i>	<i>720</i>	<i>180</i>	<i>25%</i>
<i>7. Южкузбасуголь (ш. Грамотеинская)</i>	<i>950</i>	<i>910</i>	<i>40</i>	<i>4,4</i>
<i>8.Разрез Южный</i>	<i>950</i>	<i>730</i>	<i>220</i>	<i>30,1</i>
<i>9. Разрез Пермяковский</i>	<i>970</i>	<i>1340</i>	<i>-370</i>	<i>-27,6</i>
<i>10. Стройсервис</i>	<i>2700</i>	<i>2100</i>	<i>600</i>	<i>28,6</i>
<i>11. Шахта Беловская</i>	<i>850</i>	<i>720</i>	<i>130</i>	<i>18</i>
<i>12. УК Промуглесбыт</i>	<i>1040</i>	<i>1280</i>	<i>-240</i>	<i>-18,8</i>
<i>13. Разрез Бунгурский- Северный</i>	<i>1360</i>	<i>1040</i>	<i>320</i>	<i>30,8</i>
<i>14. ООО Русский уголь-Кузбасс</i>	<i>938</i>	<i>845</i>	<i>93</i>	<i>11</i>
<i>15. МаррТЭК</i>	<i>850</i>	<i>1170</i>	<i>-320</i>	<i>- 27,4</i>
<i>16. СУЭК, в т.ч.</i>				
<i>-СУЭК-Красноярск</i>	<i>720</i>	<i>590</i>	<i>130</i>	<i>22</i>
<i>-СУЭК-Хакасия</i>	<i>835</i>	<i>726</i>	<i>109</i>	<i>15</i>
<i>-Разрез Тугнуйский</i>	<i>885</i>	<i>648</i>	<i>237</i>	<i>36,6</i>

-Приморскуголь	510	475	35	7,4
-Разрез Харанорский	550	457	93	20,4
-Уралуголь	560	428	132	30,8
17. Востсибуголь	839	610	229	37,5
18. Красноярсккрайу голь	600	490	110	22,5
19. Разрез Лучегорский	995	746	249	33,4
20. Разрез Стенной	837	573	264	46,1
21. Приаргунское ПГХО	1130	845	285	33,7
22. Амурский уголь	447	356	91	25,6
23. Интауголь	865	799	66	8,3

2.5 Средневзвешенные коэффициенты 2012 г.

Расчитаем средневзвешенные коэффициенты для того, чтобы посмотреть отношение цен анализируемой компании «Южный Кузбасс» с средневзвешенными коэффициентами цены, качества и себестомости.

Калорийный эквивалент 2012 год:

Калорийный эквивалент по Кузбассу за 2012 год.

$$(34586,249 + 23622,432 + 20674,959 + 7646,4 + 7156,19 + 6620,36 + 898,469 + 1296,819 + 1178 + 2456,415 + 1994,652 + 1160,276 + 1648,11 + 929,055 + 790,904) / 133719 = 112659,29 / 133719 = 0,842$$

Калорийный эквивалент по России за 2012 год.

$$(15985,468 + 7209,672 + 8764,7 + 1778,647 + 1393,393 + 2932,891 + 8777,524 + 2979,828 + 2991,112 + 2696,808 + 2147,864 + 1264,805 + 1559,718) / 103609 = 60485,43 / 103609 = 0,583$$

Общий Калорийный эквивалент за 2012 год.

$$173144,72 / 237328 = 0,729$$

Себестоимость ср. взвешенная 2012 год:

Себестоимость по Кузбассу за 2012 год.

$$(38845445 + 28381320 + 34340660 + 7179120 + 18233580 + 6271920 + 1031030 + 1181870 + 2036800 + 6104700 + 1734480 + 1763840 + 2085200 + 1018225 + 1061190) / 133719 = 151269380 / 133719 = 1131,2 \text{ руб./т.}$$

Себестоимость по России за 2012 год.

$$(17433320 + 7413912 + 8113608 + 2229175 + 1393393 + 2175524 + 10218110 + 2698920 + 3133946 + 2152188 + 2589080 + 1014244 + 1896826) / 103609 = 62462246 / 103609 = 602,9 \text{ руб./т.}$$

Себестоимость за 2012 год.

$$213731626 / 237328 = 900,6 \text{ руб./т.}$$

Цена ср. взвешенная 2012 год:

Цена по Кузбассу за 2012 год.

$$(43380700 + 33828240 + 12234240 + 21566600 + 7839900 + 1076350 + 1538050 + 1474400 + 7848900 + 2047650 + 1433120 + 2726800 + 1130290 + 7700950) / 133719 = 169,473490 / 133719 = 1267,4 \text{ руб./т.}$$

Цена по России за 2012 год.

$$(21274560 + 8527020 + 11081085 + 2393430 + 1676950 + 2846480 + 14054089 + 3304800 + 4179995 + 3143772 + 3462320 + 1273503 + 2053510) / 103609 = 7927154 / 103609 = 765,1 \text{ руб./т.}$$

Цена общая за 2012 год.

$$248745004 / 237328 = 1048,1 \text{ руб./т.}$$

Положение рынка углепроизводителей за 2012 год: годовой объем добычи угля находится в диапазоне от 907 тыс.т. до 39437 тыс.т., цена угля за 1 тонну составляет от 140 руб до 2700 руб., при затратах на добычу угля за 1 тонну от 356 руб. до 2100 руб. Компания с самой низкой прибылью – это Разрез Пермьяковский -370 руб./т., а самая прибыльная компания – это Стройсервис, у

нее прибыль равна 600 руб./т. Конкурентоспособность углепроизводителей самая низкая -27,6% у разреза Пермьяковского, а самая высокая рентабельность у компании «Южный Кузбасс» 70%.

За 2012 год средневзвешенные цены по Кузбассу составили 1267,4 руб./т., по России 765,1 руб./т. , а цена за 1 тонну угля компании «Южный Кузбасс» составляет 1440 руб./т., что показывает высокие положение среди средневзвешенных цен в России. Цены чуть выше средневзвешенных, но уголь компании «Южный Кузбасс» с самым высоким качеством в России равным 0,9. За 2012 год средневзвешенная себестоимость по Кузбассу составила 1131,3 руб./т. , в России 900,6 руб./т. , а себестоимость за тонну угля компании «Южный Кузбасс» составляет 845 рублей, показатели затрат на добычу угля компании «Южный Кузбасс» ниже средневзвешенных. Следует, что компания уделяет большое внимание на сокращение затрат по добыче угля.

Качество угля остается неизменным с 2011 года, средневзвешенный калорийный эквивалент равен 0,729, а качество угля анализируемой компании «Южный Кузбасс» равен 0,9, что позывает высокое превосходство качества на рынке угля в России, ведь калорийный эквивалент компании «Южный Кузбасс» самый высокий на рынке производителей энергетических углей.

2.6 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В 2012 ГОДУ[4]

Построим схему позиционирования углепроизводителей в 2012 году по показателям цены, калорийного эквивалента и рентабельности.

По графикам видно, что в зависимости от качества угля и его стоимости на рынке углепроизводителей, выделяют следующие группы углепродуктов:

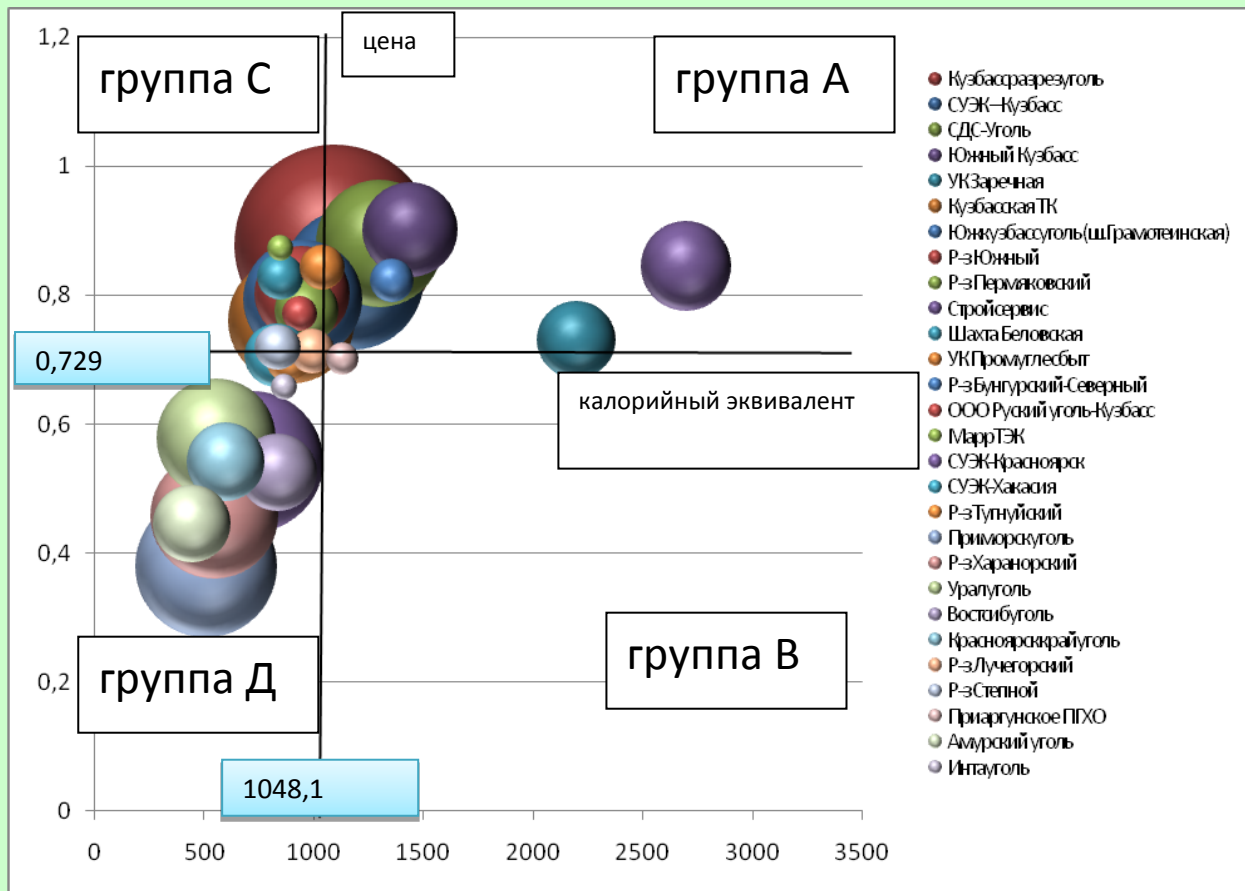
А – группа дорогостоящих высококачественных углей;

В – группа с высококачественным калорийным эквивалентом и низкой стоимостью;

С – группа низким калорийным эквивалентом и высокой стоимостью;

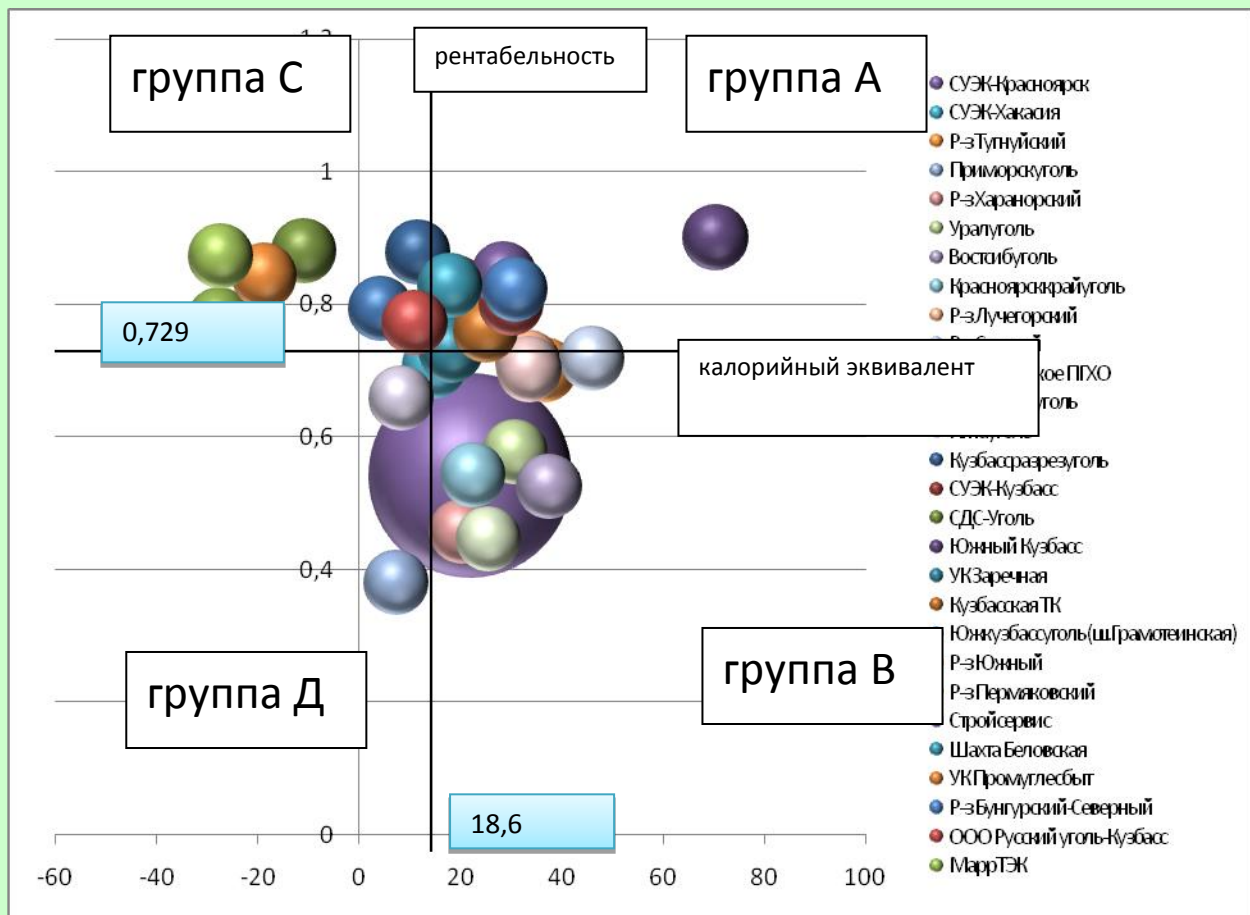
Д – группа углепродуктов.

Рис.3 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В 2012 ГОДУ



На рис. 3 к группе А относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом от 0,729 и при цене выше 1048,1 руб./т. (7 углепроизводителей, в том числе "Южный - Кузбасс"). К группе С относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,729 и при цене выше 1048,1 руб./т.(11 углепроизводителей). К группе Д относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,729 и при цене ниже 1048,1 руб./т.(11 углепроизводителей).

Рис. 4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УГЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И КАЛ.ЭКВИВАЛЕНТУ В 2012 ГОДУ



На рис. 4 к группе А относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом от 0,729 и при рентабельности выше 18,6% (10 углепроизводителей, в том числе "Южный Кузбасс"). К группе В относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,729 и при рентабельности выше 18,6% (6 углепроизводителей). К группе С относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом выше 0,729 и при рентабельности ниже 18,6% (7 углепроизводителей). К группе Д относятся углепроизводители с калорийным эквивалентом ниже 0,729 и при рентабельности ниже 18,6% (6 углепроизводителей).

Далее оценим концентрацию угледобывающих комплексов, для создания маркетинговой стратегии.

Для этого проанализируем степень концентрации угледобывающих комплексов, используя индекс Эрфандейла-Хиршмана: $ИЭХ = \sum di^2$. Рассчитанные данные представим в виде таблицы.

*Доля рынка по объемам продаж равна = объем продаж / общий объем продаж на рынке * 100%. (Di, %)*

Все исходные данные рыночного положения углепроизводителей и индекс Эрфандейла-Хиршмана в Кузбассе за 2011 г. представлены в таблице 3.

Таблица 3. Рыночное положение углепроизводителей в Кузбассе в 2011 году:

Наименование	Доля	Кв. доля
Кузбассразрезуголь	31,926115	1019,2768 2
СУЭК-Кузбасс	20,19803	407,96041 6
СДС-Уголь	15,443628	238,50564 6
Южный Кузбасс	5,596907	31,325368
УК Заречная	7,003364	49,047107 3
Кузбасская ТК	6,603041	43,600150 4
Южкузбассуголь (ш.Грамотеинская)	1,575414	2,4819292 7
Разрез Южный	2,158394	4,6586646 6
Разрез Пермьяковский	1,012223	1,0245926 19
Стройсервис	1,779381	3,1661967 4
Шахта Беловская	1,950622	3,8049261 9
УК Промуглесбыт	1,459732	2,1308175

		1
Разрез Бунгурский-Северный	1,522901	2,3192227 46
ООО Русский Уголь-Кузбасс	1,0116028	1,0323129
МаррТЭК	0,7542201	0,5688479 6
Итого: 131394	100	ИЭХ = 1810,9030 5

Все исходные данные рыночного положения углепроизводителей и индекс Эрфандейла-Хиршмана в России за 2011 г. представлены в таблице 4.

Таблица 4. МЕТОД ОЦЕНКИ КОНЦЕНТРАЦИИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ В РОССИИ В 2011 ГОДУ

Наименование	Доля	Кв. доля
Кузбассразрез-уголь	18,0095824	324,34505 8
СУЭК-Кузбасс	11,3937474	129,81747
СДС-Уголь	8,71177971	75,895105 7
Южный Кузбасс	3,1572259	9,9680753 8
УК Заречная	3,95061092	15,607326 6
Кузбасская ТК	3,72478813	13,874046 6
Южкузбассуголь (ш.Грамотеинская)	0,88869426	0,7897774 9

Разрез Южный	1,21755407	1,4824379 1
Разрез Пермьяковский	0,5709968	0,3260373 5
Стройсервис	1,00375226	1,0075186
Шахта Беловская	1,10034947	1,2107689 6
УК Промуглесбыт	0,82343749	0,6780493
Разрез Бунгурский-Северный	0,85907112	0,7380031 9
ООО Русский Уголь-Кузбасс	0,5731434	0,3284933 6
МарпТЭК	0,42545701	0,1810136 7
СУЭК, в т.ч.		
- СУЭК-Красноярск	12,1450589	147,50245 6
- СУЭК-Хакасия	4,50314692	20,287332 2
- Разрез Тугнуйский	4,44819385	19,786428 5
- Приморскуголь	2,44369456	5,9716431
- Разрез Харанорский	2,36126495	5,5755721 6
- Уралуголь	1,38627719	1,9217644 5
Востсибуголь	6,78327022	46,012754 9
Красноярсккрай-уголь	2,45528623	6,0284304

		7
Разрез Лучегорский	1,78211106	3,1759198 3
Разрез Степной	1,46183767	2,1369637
Приаргунское ПГХО	1,37511484	1,8909408 2
Амурский уголь	1,35837133	1,8451726 7
Интауголь	1,08618188	1,1797910 8
Итого: 232926	100	ИЭХ = 839,55536 6

Все исходные данные рыночного положения углепроизводителей и индекса Эрфандейла-Хиршмана в Кузбассе за 2012 г. представлены в таблице 5.

Таблица 5. МЕТОД ОЦЕНКИ КОНЦЕНТРАЦИИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ В КУЗБАССЕ В 2012 ГОДУ

Наименование	Доля	Кв. доля
Кузбассразрезуголь	29,4924431	869,8042
СУЭК-Кузбасс	21,4389877	459,6301 94
СДС-Уголь	17,5898713	309,4035 72
Южный Кузбасс	6,35362215	40,36851 44
УК Заречная	7,33104495	53,74422 01

Кузбасская ТК	6,51440708	42,43749 96
Южкузбассуголь (ш.Грамотеинская)	0,84729919	0,717915 92
Разрез Южный	1,21074791	1,465910 5
Разрез Пермьяковский	1,13671206	1,292114 31
Стройсервис	2,17396182	4,726109 99
Шахта Беловская	1,80153905	3,245542 95
УК Промуглесбыт	1,03051922	1,061969 86
Разрез Бунгурский-Северный	1,49941295	2,248239 19
ООО Русский Уголь-Кузбасс	0,90114344	0,812059 5
МаррТЭК	0,67828805	0,460074 68
Итого: 133719	100	ИЭХ = 1791,418 12

Все исходные данные рыночного положения углепроизводителей и индекс Эрфандейла-Хиршмана в России за 2012 г. представлены в таблице 6.

Таблица 6. МЕТОД ОЦЕНКИ КОНЦЕНТРАЦИИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ В РОССИИ В 2012 ГОДУ

Наименование	Доля	Кв. доля
Кузбассразрезуголь	16,6170869	276,1275 77
СУЭК-Кузбасс	12,0794849	145,9139 5
СДС-Уголь	9,91075642	98,22309 28
Южный Кузбасс	3,57985573	12,81536 7
УК Заречная	4,13057035	17,06161 14
Кузбасская ТК	3,67044765	13,47218 6
Южкузбассуголь (ш.Грамотеинская)	0,47739837	0,227909 2
Разрез Южный	0,68217825	0,465367 16
Разрез Пермьяковский	0,64046383	0,410193 92
Стройсервис	1,22488708	1,500348 36
Шахта Беловская	1,0150509	1,030328 33
УК Промуглесбыт	0,58063103	0,337132 39
Разрез Бунгурский-Северный	0,84482236	0,713724 82
ООО Русский Уголь-Кузбасс	0,50773613	0,257795 98

МаррТЭК	0,38217151	0,146055 06
СУЭК, в т.ч.		
- СУЭК-Красноярск	12,4502798	155,0094 67
- СУЭК-Хакасия	4,30290568	18,51499 73
- Разрез Тугнуйский	5,2758208	27,83428 51
- Приморскуголь	1,97743208	3,910237 63
- Разрез Харанорский	1,28471988	1,650505 17
- Уралуголь	2,14176161	4,518142 79
Востсибуголь	7,05816423	49,81768 23
Красноярсккрай-уголь	2,32083867	5,386292 13
Разрез Лучегорский	1,77012405	3,133339 15
Разрез Степной	1,58261983	2,504685 53
Приаргунское ПГХО	1,29104025	1,666784 93
Амурский уголь	1,20044832	1,441076 17
Интауголь	1,00030338	1,000606 85

Итого: 237328	100	ИЭХ = 845,1597 45
---------------	-----	-------------------------

Анализируя полученные данные по Кузбассу и России за 2011 и 2012 год, получим такой вывод, что рынок угледобывающих комплексов в 2011 и 2012 годах в России и Кузбассе является конкурентным, т.к. индекс Эрфандейла-Хиршмана < 2000.

Конкурентный рынок – свободный рынок, на котором множество мелких продавцов схожего товарного ассортимента, работающих в узком диапазоне цен. Отдельный продавец или покупатель имеют ничтожное влияние на рыночную цену угля, и каждый из них принимает эту стоимость как данность.

Оценим рыночное положение угледобывающих комплексов, для создания маркетинговой стратегии.

Гиперболический уровень эффективного угольного рынка = (сумма цена * объем) / (сумму калорийного эквивалента* количество производителей), при
условии

-от 0 до 500 тыс - неэффективная отрасль;

-от 500 тыс. до 1 млн. - среднеэффективная отрасль;

- свыше 1 млн. - высокоэффективная отрасль.

1) Рассчитаем показатель эффективности за 2011 год:

$$\text{Эффективность} = (292054715) / (19,977 * 28) = 522126,7$$

2) Рассчитаем показатель эффективности за 2012 год:

$$\text{Эффективность} = (248745004) / (19,977 * 28) = 444698,9$$

Из данных расчетов можно сделать вывод, что отрасль углепроизводителей - это неэффективная отрасль. Угледобыча стала неэффективной по той причине, что мало пользуется спросом.

После проведения всего анализа, мы сможем создать маркетинговую стратегию компании «Южный Кузбасс».

Стратегия поведения на рынке:

В 2012 году объем добычи составил 8496 тыс. тонн угля, а в 2011 году составил 7354 тыс. тонн угля, что означает повышение добычи угля в 2012 году на 15%. Цена в 2012 году составила 1400 руб/т.у.т. , а в 2011 году составила 1956 руб/т.у.т., что показывает падение цен на 29%.

Цели маркетинга шахты «Южный Кузбасс»:

- увеличение объема продаж;
- повышение конкурентоспособности продукции

Задачи маркетинга:

- нужно расширение границ рынка (привлечение потребителей и расширение ассортимента);
- повышение качества продукции для удовлетворения потребностей потребителей;

Мероприятия по решению поставленных задач в отношении рынков, продуктов и конкурентов формирует маркетинговую стратегию.

Стратегия маркетинга включает конкретную деятельность на рынках, используемую комплекс маркетинга и затраты на маркетинг. В стратегиях, разработанных для каждого рыночного сегмента, должны быть рассмотрены новые продукты, реклама, цены, продвижение продуктов, доведение продуктов до потребителей, должно быть указано, как стратегия реагирует на опасности и возможности рынка.

Калорийный эквивалент угля на шахте ОАО «Южный Кузбасс» равен 0,9, что гораздо выше среднерыночного, равного 0,841 в 2011 году и 0,842 в 2012 году. Для увеличения объема продаж требуется увеличить качество добываемого угля, в этом и заключается стратегия совершенствования товара.

Рынок углепроизводителей в 2011 и в 2012 году представлен 23 компаниями, из которых 15 компаний Кузбасса. Рынок энергетических компаний России добывает различные марки углей, такие как А,Б,Д,Г,ДГ,Т, СС. Качество добываемого угля находится на отличном уровне, при средневзвешенном калорийном эквиваленте равным 0,726. Рынок углепроизводителей России в 2011 и в 2012 годах является конкурентным – это свободный рынок, на котором множество мелких продавцов схожего товара, работающих в узком диапазоне цен.

При рассмотрении рынка угледобывающих комплексов России анализируемая компания «Южный Кузбасс» находится на хорошей позиции среди представленных углепроизводителей. В состав добывающих активов ОАО «Южный Кузбасс» входят четыре разреза, три шахты и пять обогатительных фабрик. Предприятия ОАО «Южный Кузбасс» добывают уголь с низким содержанием летучих веществ, энергетический уголь и антрациты[1].

Проанализировав все положительные и отрицательные стороны компании «Южный Кузбасс» можно сделать вывод, что она является конкурентоспособной по отношению к другим угледобывающим предприятиям. Компания «Южный Кузбасс» добывают марки углей Г, СС, Т, причем годовой объем добычи угля за 2011г составляет 7354 тыс.т. по цене 1956 р/т, а в 2012 году 8496тыс.т. по цене 1440р./т. Несмотря на временное улучшение положения с 2011 по 2012 год, идет подъем по добыче угля и его реализации в 2011-2012 году. Качество угля занимает высокое место с калорийным эквивалентом 0,9. Компания «Южный Кузбасс» имеет высокую долю на рынке и высокий темп роста, поэтому существует необходимость ее беречь и максимально контролировать. В ценовой политике ни чего не стоит менять, так как цены низкие. На мой взгляд, в компании «Южный Кузбасс» необходимо поставлять продукцию на внешний рынок, так как уголь с высоким калорийным эквивалентом равным 0,9.

В настоящее время положение позиции компании «Южный Кузбасс» довольно прочны, предположительно в 2015 году наблюдается увеличение объемов угля и спрос на внешнем рынке.

На протяжении многолетней работы компании «Южный Кузбасс» залогом успешной и производительной работы является то, что компания помимо сбыта ценных марок коксующегося и энергетического угля, поставляемого на внутренний рынок и экспорт, постоянно проводит технологическое перевооружение дочерних и зависимых предприятий, внедряя новейшие высокопроизводительные технологии.

Список использованных источников:

1. Семенов К.Д. Современный маркетинг. – М.: Инфра-М, 2002, 308 с.
- Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. – М., Высш. шк.: Инфра-М – 1996, 400с.
2. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник/ - М.: Издательство Юрайт, 2010. – 366с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./Общ. ред и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 2003.
4. Прокопенко С.А. Конкуренция и методы оценки конкурентного положения углепроизводителя: Учебн.пособие; Кузбасс. Гос. Техн. Ун-т- Кемерово,2002

Рекомендовано к публикации:

***Н.В. Камеровой, кандидат исторических наук, доцент,
профессор Российской Академии Естествознания
гл.редактор журнала «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»***

Дата поступления в редакцию: 28.05. 2015 г.

Опубликовано: 29.05.2015 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2015

© Кононыхина А.Д., 2015