

К вопросу о гибком развитии угледобывающего предприятия

Королева Анна Алексеевна

Соискатель

Карагандинский Государственный Технический Университет, г. Караганда,
Казахстан

E-mail: koroljova04@inbox.ru

Под *гибкостью* понимается способность предприятия изменять свои параметры (структуру, технологию, функции и т.п.) под воздействием внешней среды [1].

В данной статье предлагается оценку гибкости угледобывающего предприятия связывать не с обновлением продукции, а с изучением рынка, разработкой новых технологий, гибкой ценовой стратегии, отслеживанием рыночных цен и своевременной реакцией на действия конкурентов. Один из способов проведения исследования предлагается авторами данной статьи. Мы считаем, что оценка гибкости угледобывающего предприятия должна включать анализ влияния эластичности покупательского спроса на цены, издержки и прибыль предприятия.

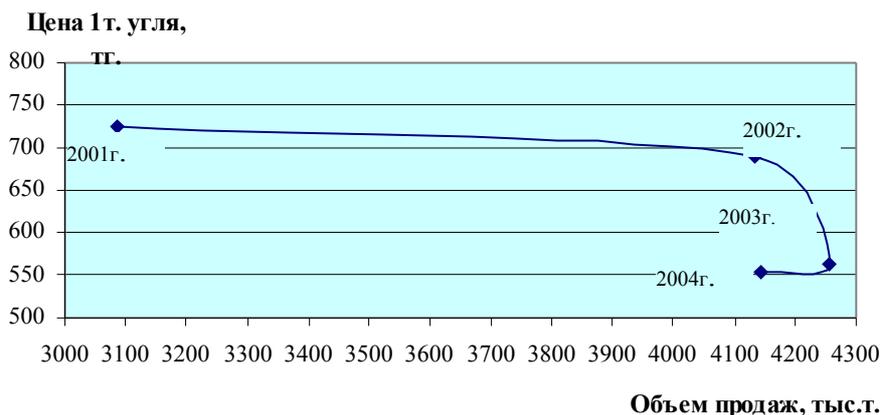
Таблица 1

Исходные данные для анализа

Годы	Выручка от продаж (без НДС), тыс. тг.	Себестоимость, тыс. тг.	Валовый доход, тыс. тг.	Объем продаж, тыс.т.	Цена 1т. угля, тг.	Себестоимость 1т. угля, тг.
2001	2 235 474,2	1 225 965,924	1 009 508,3	3085,2	724,58	397,37
2002	2 853 381,87	1 551 280,22	1302101,65	4 133	690,39	375,34
2003	2 397 447,36	2 088 759,68	308 687,68	4 256	563,31	490,78
2004	2 297 225,84	2 355 320,517	-58 094,67	4 143,7	554,39	568,41

Линейная зависимость объема продаж от цены, является пока еще не самым распространенным случаем из жизни казахстанских предприятий. На практике не всегда складываются классические зависимости экономических моделей. Одна из таких нестандартных ситуаций рассматривается в таблице 1. На свой лад она тоже поддается исследованию методами теории финансового менеджмента, однако содержательная интерпретация решения является более замысловатой.

Из рис.1 следует, что с 2001 по 2002 г.г. одновременно со снижением цены происходит рост объема реализации. Спрос в этот период эластичен ($E_d = 6$), т.е. процентное изменение объема продаж превышает процентное изменение цены. С 2002 по 2003г.г. – спрос уже неэластичен ($E_d = 0,14$), т.е. со снижением цены на 1%, реализация растет менее чем на 1%. Последующее снижение цены в 2004г. явилось причиной снижения объема продаж, поскольку из теории известно, что снижение цен на товары неэластичного спроса вызывает сокращение выручки от реализации. В данной ситуации



неэластичного спроса целесообразнее было бы повысить цену.

В нашем случае переход от эластичного к неэластичному спросу может объясняться тем, что в 2002 г. в ряды

Рис. 1. Анализ изменения эластичности спроса на уголь

потребителей добавились так называемые «чувствительные» к ценам покупателя. Сокращение продаж с 2003г. связано с появлением на рынке товаров – заменителей (угля с более низкими ценами, но не с лучшими характеристиками, например, майкубинский, каражиринский уголь). О жесткой конкуренции, сезонном характере спроса свидетельствует и тот факт, что в 2004г. цена была ниже себестоимости на 2,5% (см. табл.1).

Однако, несмотря на критическое положение в 2004г., рост ценового коэффициента (см. табл.2) свидетельствует о том, что потенциальная прибыльность угля растет, появляется больше резервов покрытия общепроизводственных расходов и получения прибыли.

Таблица 2

Расчет ценового коэффициента

Год	Цена 1т., тг.	Переменные затраты на 1т., тг.	Ценовой коэффициент, %
2001	724,58	221,309	69,46
2002	690,39	133,44	80,67
2003	563,31	108,72	80,69
2004	554,39	-34,279	106,18

Зависимость объема продаж от цены аппроксимируем квадратным уравнением вида

$$y(x) = ax^2 + bx + c,$$

где $y(x)$ – объем продаж угля (тыс.т.);

x – цена товара (тг. за 1т.);

a , b и c – коэффициенты уравнения, значения которых требуется установить.

В этом случае с помощью табл. 1 составим систему линейных уравнений с тремя неизвестными:

$$\begin{cases} 690,39^2 * a + 690,39 * b + c = 4133 \\ 563,31^2 * a + 563,31 * b + c = 4256 \\ 554,39^2 * a + 554,39 * b + c = 4133 \end{cases}$$

решение которой дает искомую функцию зависимости объема продаж $y(x)$ от цены x :

$$y(x) = -0,0997x^2 + 124x - 33967,8. \quad (1)$$

Выражение (1) имеет максимум при цене 621,9 тг. за 1т. и обеспечивает объем продаж 4 592,476 тыс. т.

Если сравнить эти показатели с достигнутыми в 2004г., то выясняется, что оптимальный с точки зрения физического объема продаж уровень цены еще не был достигнут. Мы подтвердили, что в случае неэластичного спроса на товар целесообразнее не снижать цены для повышения выручки от реализации, а наоборот их повысить.

Таким образом, своевременный анализ ситуации поможет разработке оптимальной и гибкой ценовой стратегии. Оценка степени гибкости развития угледобывающих предприятий должна включать исследование различных сторон деятельности предприятия с целью обнаружения «узких мест», возможностей и степени риска для принятия оптимальных оперативных и стратегических решений.

Список литературы:

1. Экономика предприятия: уч. пособие / под общей ред. А.И. Ильина – М.: Новое знание, 2005.- 698с.