



11 | Как регионы развивают кластеры и почему не все получают господдержку

12 | Что такое кибербезопасность и как часто региональный бизнес атакуют

14 | Пан или пропан: что тормозит развитие газовых станций в Сибири



Впервые с 1998 года угольная промышленность Кузбасса отработала год со снижением добычи. И хотя оно оказалось сравнительно небольшим, всего 2%, тенденция налицо: угольщики отреагировали на резко ухудшившиеся условия рыночной конъюнктуры сокращением производственной активности. И поскольку экспортные цены остаются низкими, кузбасский углепром реагирует на это дальнейшим ограничением производства.

Угольный очаг невольно иссяк

— промышленность —

И уголь может падать

В прошлом году, как сообщили в департаменте угольной промышленности администрации правительства Кемеровской области, добыча угля в регионе составила 250,1 млн т против 255,3 млн т в 2018-м.

При снижении добычи на 2% отгрузка угля потребителям железнодорожным транспортом в 2019-м составила 226,8 млн т, что всего на 0,8% ниже, чем в 2018 году. В то же время экспорт угля из Кузбасса, по данным Сибирского управления Федеральной таможенной службы (ФТС), снизился на 3% и составил 134,8 млн т против 139,06 млн т годом ранее.

Результаты работы в январе 2020 года показывают, что спад в углепроме Кузбасса только углубился: добыча угля сократилась на 10,9% и составила 18 млн т в сравнении с 20,2 млн т годом ранее. По данным областного департамента угольной промышленности, снижение произошло за счет энергетического угля, по которому снижение составило 16% — до 11,6 млн т против 13,8 млн годом ранее. Коксующихся марок угля за январь 2020 года добыто 6,4 млн т, как и в январе прошлого года.

Поставки угля конечным потребителям, составившие 15 млн т, сократились на 15,3%, в том числе на экспорт — на 19% (до 9,8 млн т), на коммунальные котельные и население — на 16,7% (до 0,3 млн т), металлургам и коксохимикам — на 3,6% (до 2,7 млн т). Поставки на электростанции остались на уровне января 2019 года — 1,5 млн т.

По оценке начальника департамента угольной промышленности Олега Токарева, причины сокращения добычи «и в падении цен на уголь на мировых рынках, и в сложностях с его поставкой». Весь прошлый год цены на экспортных рынках были крайне неблагоприятны для кузбасских угольщиков. В первом полугодии шло очень быстрое снижение цен, плюс ухудшились условия на отдельных рынках, в частности было введено дополнительное госрегулирование поставок на Украину. В итоге некоторые компании были вынуждены приостановить как добычу, так и инвестиционные проекты.

В результате доходы угольных компаний Кузбасса упали, а прибыль к концу года практически исчезла. На начало ноября прошлого года, по оценке начальника главного финуправления, замгубернатора региона Игоря Малахова, «наблюдалась тревожная картина», когда из 20 ведущих угольных компаний региона семь, обеспечивающие 50% поступлений по налогу на прибыль, полностью прекратили его платить. Остальные, в основном добывающие коксующийся уголь, снизили платежи в среднем на 30%.



Добыча угля сократилась по причине падения цен на мировых рынках, а также из-за проблем с его поставкой

Чиновник связывает ситуацию все с тем же падением цен на уголь на мировом рынке. В частности, с пиков 2018 года цены на энергетический уголь сегодня упали на 45%, на коксующийся уголь — на 38%. По данным Кемеровстата, за 11 месяцев 2019 года предприятия угольной отрасли отработали с сальдированной прибылью всего 57 млрд руб. против 202 млрд руб. годом ранее.

Ранее губернатор Кузбасса Сергей Цивилев признавал возможное «обрушение угольного рынка», однако это произошло быстрее, чем прогнозировалось. «Угольный рынок перетек из Европы в Азию и стал там премиальным, а мы не успели под него подстроиться», — признал глава региона.

Разные итоги

Угольные компании по-разному реагировали на ситуацию на рынке и пытались к ней приспособиться. Часть предприятий сократила добычу, сделав вывод на будущее, другие же предприняли попытки наладить поставки угля на любые рынки, где

есть потребители и платежеспособный спрос.

Компания «Южный Кузбасс» (входит в группу «Мечел») в прошлом году увеличила добычу угля на 26% — до 8,7 млн т с 6,9 млн т в 2018 году. Управляющий директор ПАО «Южный Кузбасс» Игорь Ритиков назвал 2019 год «переломным в истории компании», поскольку были реализованы инвестиционные программы по вводу в эксплуатацию нового оборудования и восстановлению горнотранспортной техники на разрезах компании. По его оценке, «это позволило на протяжении уже трех месяцев 2019-го добывать более 1 млн т угля» и создать таким образом задел на будущее.

Прокопьевская компания МелТЭК (аффилирована с золотодобывающей группой «Ожуралзолото») рассчитывала в прошлом году увеличить добычу на 26,2% — до 5,3 млн т с 4,2 млн т в 2018 году. Однако рост составил всего 2,4% (до 4,3 млн т).

Кемеровский «Стройсервис», который добывает коксующийся и энергетический уголь, не стал снижать производство, но и заметно роста не показал. Предприятие в прошлом году увеличило добычу всего на 1% (до 13,2 млн т). При

этом, несмотря на снижение экспортных цен, «Стройсервис» в первую очередь увеличил отгрузку угля на внешние рынки. Если общий объем поставок угля потребителям увеличился незначительно — с 11,9 млн т в 2019 году до 12 млн т, то поставки за рубеж — на 29% (с 3,5 до 4,5 млн т). Экспорт угля шел в основном в страны АТР (Япония, Корея, Индия, Китай, Вьетнам), в меньшей степени в ЕС (Германия, Нидерланды, Ирландия, Польша, Словакия), а также в Турцию и на Украину. Рост экспорта в 2019 году был обусловлен открытием нового направления отгрузки — в страны ЕС через порты Балтийского бассейна, сказано в сообщении «Стройсервиса». При этом, по оценке предприятия, внутренний рынок оставался по объемам потребления угля стабильным, продукция компании отгружалась крупнейшим металлургическим холдингам и на теплоэлектростанции.

В то же время другая крупная компания по добыче угля в регионе АО «УК „Кузбассразрезуголь“» (КРУ) снизила добычу ископаемого в 2019 году до 47 млн т с 48,4 млн т в 2018 году (на 2,9%). При этом предприятие

ранее официально заявляло о планах увеличить этот показатель до 50 млн т. Годовое производственное задание «было скорректировано в связи с суждением конъюнктуры на мировом угольном рынке», сообщила компания по итогам 2019 года. Еще в августе прошлого года о коррекции заявил директор КРУ Сергей Парамонов, сославшись на то, что угольные цены «на спаде» и «если рынок будет вести себя так дальше, планы по добыче вновь будут скорректированы, чтобы не наращивать остатки на складах».

В борьбе за рынок

Разными оказались не только итоги прошлого года для угледобывающей отрасли, но и планы компаний на 2020-й. Некоторые из них намерены снижать и добычу, и инвестиции, оставляя только «поддерживающие» процессы, другие увидели возможности для роста.

«Стройсервис», согласно объявленным планам, увеличит добычу на 17,4% (до 15,5 млн т). Впрочем, по планам и инвестпроектам группы предполагалось выйти на уровень добычи 15 млн т еще в 2018 году, и уже тогда создавался для этого необходимый задел.

МелТЭК также намерен в ближайшие месяцы нарастить добычу угля на 12% — до 4,8 млн т против 4,3 млн т в 2019 году, а также увеличить инвестиции в техническое перевооружение и проектные работы на 14,2% — до 695,6 млн руб. с 609,3 млн в 2019 году. Как пояснил гендиректор ООО «МелТЭК» Андрей Звягинцев, расчеты на увеличение добычи основаны на ожиданиях увеличения цен на уголь с середины года. «Все ждут второго полугодия, хотя сегодня сбыва нет», — отметил он. Кроме того, огромной емкостью, по словам господина Звягинцева, обладает рынок Украины, «надо только открыть квоты».

Между тем новокузнецкий холдинг «Топпром» в 2020 году планирует уменьшить добычу угля на шахте «Юбилейная». По данным гендиректора АО «Топпром» Владимира Честнейшина, в 2019 году добыча угля на ООО «Шахта „Юбилейная“» (добывающий актив компании) составила 2,4 млн т (на 27,2% больше, чем годом ранее), но в этом году вновь запланировано возвращение к уровню 2018-го — 1,9 млн т.

На внутреннем рынке спрос на уголь Ж, который добывает «Юбилейная», есть всегда, в то же время цена на него в прошлом году существенно снизилась, отметил руководитель компании. В начале 2019 года она составляла 8–9 тыс. руб. за тонну, а сейчас опустилась до 6 тыс. руб. Еще сильнее снизилась цена на внешнем рынке — до 5 тыс. руб. за тонну. В таких обстоятельствах холдинг принял решение снизить почти в 3,5 раза инвестиции — с 4,14 млрд руб. в прошлом году до 1,2 млрд руб. Как пояснил гендиректор, в нынешних обстоятельствах оставлены поддерживающие производство инвестиции.

«Кузбассразрезуголь» в 2020 году планирует снижение добычи на 4,2% (до 45,1 млн т).

Несмотря на вынужденный спад в китайском импорте сырья и энергоносителей из-за эпидемии коронавируса, кузбасские угольщики надеются на сохранение спроса и приемлемых цен на рынке АТР. Осталось только увеличить туда вывоз угля, с чем не справляется пока соответствующая инфраструктура. Именно ее, выражая чаяния кузбасских угольщиков, призвал развивать Сергей Цивилев, выступая на совместном заседании рабочих групп Госсовета «Энергетика» и «Транспорт» в конце февраля. По его словам, «отягчающее обстоятельство» для Кузбасса — «проблемы с проездом на азиатско-тихоокеанский рынок, что не позволяет угольной отрасли определять собственные программы развития». Тогда как именно развитие рынка угля АТР, по оценке губернатора, будет драйвером угольной отрасли Кузбасса, ведь прогнозы говорят о «росте потребностей стран» этого региона.

Игорь Лавренков, Кемерово

Маркетплейс: торговля на бойком месте

— логистика —

Регионы Сибири с развитыми транспортно-логистическими развязками имеют огромный потенциал для бурного роста интернет-торговли. Сегодня не только крупные производители, но и малый и средний бизнес (МСБ) делают шаги в сторону онлайн-торговли, выходя на маркетплейсы (МП).

Каждый четвертый взрослый житель России, пользующийся интернетом, хотя бы один раз совершал онлайн-покупку. Тем не менее доля e-commerce (электронной торговли) в общем обороте российского ритейла пока не превышает 6%. Для сравнения: в странах-лидерах онлайн-торговли — США и Китае — этот показатель достигает 20% и 15% соответственно.

С другой стороны, темпы роста онлайн-торговли в России поразительны: ежегодно этот рынок растет на 20–30%. По прогнозу компании Data Insight, с 2018 по 2022 год общий объем рынка увеличится с 1,3 до 2,5 трлн руб., то есть почти в два раза. С этой

оценкой согласны специалисты одной из крупнейших в России интернет-площадок Ozon и Института экономической политики имени Егора Гайдара.

Директор Ozon.Marketplace Анна Калева уверена, что у рынка e-commerce есть все основания расти еще быстрее, и сейчас самое подходящее время, для того чтобы занять место в этой нише в России. «Это быстрорастущий сегмент ритейла, на котором можно делать свой бизнес, с пока еще низкой конкуренцией», — поделилась выводами эксперт на семинаре в Новосибирске, организованном компанией Ozon совместно с областным Агентством инвестиционного развития.

Предполагается, что рынок будет расти в первую очередь за счет развития формата маркетплейса, который позволяет соединять миллионы покупателей и продавцов по всей стране. Наиболее известные в мире МП — американский Amazon и китайский AliExpress. Из российских платформ федерального масштаба наибольших результатов достигли Ozon, Wildberries, Lamoda.

За покупками в сеть

Модель интернет-магазина с небольшим ассортиментом уже не работает — это не интересно ни потребителю, так как выбор товаров ограничен, ни продавцу, который часто вынужден выступать менеджером, логистом, а иногда и курьером своих товаров. Если же продавец выходит на маркетплейс, то все операционные процессы — от логистики до клиентского сервиса — обеспечивает сама площадка, а клиент в таком случае получает большой выбор товаров. По сути, электронная платформа — та же ярмарка, предоставляющая продавцам место для торговли с соблюдением общих для всех правил.

К примеру, модель МП Ozon работает для продавцов по двум схемам: продажа товара из логистического центра и со склада продавца. В первом случае продавец заранееставляет партию товаров в центр, где она хранится, обрабатывается и вместе с другими товарами собирается в заказы и отправляется клиентам. Во втором случае продавец привозит уже заказанные товары в логистический центр, а далее они вместе с другими товарами собираются в заказы.



Маркетплейсы называют локомотивом роста e-commerce, в сегменте которого пока наблюдается слабая конкуренция