УДК 658.013

**А.В.СМЕТАНКИН**
*Экономический факультет,*
*аспирант кафедры организации и управления*

# ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И КОНФЛИКТНОГО КОНКУРЕНТНОГО РИСКА АЛМАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Предложена методика оценки уникальных конкурентных рисков алмазодобывающей промышленности: экологического конкурентного риска и конфликтного конкурентного риска. Данные риски становятся особенно актуальными для алмазодобывающих компаний, действующих в условиях интенсификации конкуренции на мировом алмазном рынке, усложнения мировой военно-политической обстановки, связанной с вооруженными конфликтами и террористическими актами, ухудшения экологических параметров окружающей среды и усиления внимания потребителей к экологическим качествам продукции.

Предлагаемая методика основана на косвенном статистико-вероятностном методе расчета величины предполагаемого риска, характер и сложность которого не позволяют применить прямой расчет. Полученные показатели риска различны для отдельных национальных рынков ювелирных украшений и для различных алмазодобывающих компаний.

This study is devoted to methodic of specific competitive diamond risks evaluation: ecological competitive risk and conflict competitive risk of diamond mining companies.

These risks come into particular prominence for diamond miming companies influenced by competition intensification on world diamond market, complication of global political and military international climate connected with military conflicts and acts of terrorism, worsening the current ecological and environment situations and strengthening the attention paid by consumers to the ecological qualities of production including diamonds.

The proposed methodic is based on an indirect statistically probabilistic method of calculation the values of prospective risks which is too difficult and to be directly estimated.

Resulting values of risks differ with particular diamond mining companies and separate national jewelry markets.

В теории рисков принято разнородные риски, с которыми сталкиваются хозяйствующие субъекты, классифицировать по ряду критериев стратификации в классификационные группы [1]. В настоящее время разработано большое количество разнообразных мер и методов управления рисками с учетом их принадлежности к той или иной группе, их специфики и выраженности возможных результатов. Тем не менее, по ряду узкоспециализированных рисков, такие модели не применяются из-за трудностей с оценкой и обобщением расчетной информации, необходимой для управления.

В отношении алмазодобывающей промышленности к таким рискам можно отнести уникальные риски алмазодобывающей промышленности. Из принципа выделения уникальных рисков вытекает необходимость введения дополнительного критерия классификации: отраслевого или специального. По этому критерию риски можно разделить на уникальные и заурядные. К уникальным рискам алмазодобывающей промышленности относятся риски, присущие исключительно алмазодобывающей промышленности, в частности конкретному алмазодобывающему предприятию. Можно выделить два уровня таких рисков. К заурядным рискам относятся риски, присущие более широкому спектру предприятий.

К уникальным рискам алмазодобывающей промышленности первого уровня можно отнести следующие (рис.1):




Рис.1. Классификация уникальных рисков алмазодобывающей промышленности

• риск потерь из-за снижения цен на алмазы, вызванного падением интереса потребителей к изделиям из бриллиантов ввиду потери ими качества редкости и финансовой привлекательности;

• риск потерь из-за снижения спроса на изделия из бриллиантов ввиду того, что потребители ассоциируют их с экологическим ущербом, нанесенным окружающей среде при добыче алмазов;

• риск потерь от хищений алмазов работниками предприятия.

В группу уникальных рисков второго уровня можно отнести:

• риск потерь из-за снижения спроса на изделия из бриллиантов данного производителя ввиду того, что потребители не уверены в их бесконфликтном происхождении;

• риск потерь из-за снижения спроса на изделия из бриллиантов данного производителя ввиду недостаточной популярности его бренда;

• риск потерь от нападения на предприятия вооруженных групп с целью хищения алмазов или террористических актов и т.п.

Исходя из конкретных данных, можно оценить стоимость алмазов, похищенных работниками предприятия или в результате нападения вооруженных групп и террористических актов, а также иные затраты, связанные со случаями реализации данных рисков. Остальные риски являются потребительскими, т.е. характеризуют потребительские свойства алмазов. Негативные последствия этих рисков выражены, главным образом, в снижении конкурентоспособности компании – производителя алмазов [2].

Потребительские риски разделяются на две группы: универсальные и конкурентные.

К первым относится риск потерь от снижения спроса на алмазы ввиду перенасыщения рынка, ко вторым – риски, связанные с экологической, конфликтной и маркетинговой составляющими товарной конкуренции на алмазном рынке.

Риск перенасыщения рынка может быть оценен на основе расчета динамики спроса на алмазы определенной ценовой группы в зависимости от предложения их на рынке. Конкурентные риски не могут быть оценены прямым расчетом, для них применяется косвенный метод.

Экологический конкурентный риск заключается в том, что состоятельный покупатель ювелирного изделия с бриллиантами, как правило, обременен дополнительными потребностями, выражающимися в том, что

покупатель с высокой степенью обеспеченности потребностями низшего уровня уделяет большее внимание потребностям высшего уровня, к которым относятся и потребности в экологической безопасности [3]. Покупатель осознает, что производство алмазов для покупаемого им ювелирного изделия с бриллиантами создает определенную экологическую опасность для окружающей среды, в которой живет и сам покупатель. Он не намерен способствовать успеху компании, которая мало заботится об экологии, а поскольку его платежеспособность высока, то он имеет возможность выбирать из ассортимента ювелирных изделий, произведенных из алмазов разных компаний, даже довольно значительно различающихся в цене, но предлагающих, кроме прочих, и качества экологической безопасности. Таким образом, алмазодобывающая компания сталкивается со значительным риском предпочтения покупателем более экологичного товара.

Конфликтный конкурентный риск также базируется на потребностях потребителей с высокой платежеспособностью в безопасности. В данном случае потребитель старается обеспечить свою безопасность отказом от покупки товаров, если вырученные средства пойдут на финансирование террористических организаций, и, в конечном счете, будут направлены против самого потребителя. Таким образом, алмазодобывающая компания сталкивается со значительным риском того, что покупатель отдаст предпочтение товару, в бесконфликтности которого он уверен.

Маркетинговый конкурентный риск состоит в том, что в условиях относительной многочисленности производителей покупатель не всегда при выборе товара руководствуется исключительно потребительскими качествами самого товара (ювелирного изделия с бриллиантами), но зачастую принимает решение в пользу тех товаров, которые в большей степени ему известны, торговая марка которых лучше рекламируется и более популярна. Даже если конкретный алмаз произведен при соблюдении требований охраны окружающей среды и не является конфликтным, потребитель может предпочесть ему алмаз такого же качества, произведенный со значительным вредом для экологии, но более известный. Таким образом, производитель сталкивается с риском снижения спроса на свои алмазы, вызванным отсутствием надлежащего информирования потенциальных покупателей о конкурентных преимуществах своего товара. Мало просто обладать конкурентными преимуществами, надо ими эффективно управлять, а в отношении приведенных конкурентных преимуществ можно сказать, что они не существуют до тех пор, пока не станут известны потребителю.




Рис.2 Влияние уникальных конкурентных рисков на эффективность инвестиционных проектов алмазодобывающего предприятия

Описанные конкурентные риски оказывают значительное влияние на эффективность алмазодобывающего предприятия. Методологически учет этих рисков осуществляется включением в норму дисконта по инвестиционным проектам, реализуемым на предприятии. Схема влияния этих рисков на эффективность проекта показана на рис.2.

Оценка конкурентных рисков алмазодобывающего предприятия осуществляется косвенным методом, основанным на расчете вероятности того, что покупатель не приобретет товар, не будучи уверенным, в его бесконфликтности и экологичности [4]. Для расчета применены статистические показатели для США (в числителе) и Европы (в знаменателе) в отношении общих взглядов среднестатистического покупателя на конфликтность и экологичность товаров:

| | |
|---|---|
| Количество покупателей, придающих значение экологичности продукции при выборе покупки на 1000 опрошенных | 491/519 |
| Количество покупателей, придающих значение бесконфликтности продукции при выборе покупки на 1000 опрошенных | 376/322 |
| Вероятность того, что среднестатистический покупатель выразит предпочтение товару по критериям экологичности и конфликтности | 0,682/0,674 |
| Доля покупателей, интересующихся экологическими и конфликтными качествами товаров при покупке, % | 22/31 |
| Доля покупателей, предпочитающих низшие потребительские качества высшим, % | 61/58 |
| Риск предпочтения покупателем более экологичного и менее конфликтного товара, чем предлагаемый компанией | 0,0585/0,0878 |

Фактор конкурентного риска учитывается при инвестиционном планировании на этапе дисконтирования результатов путем поправки нормы дисконта по проекту на риск. В условиях текущей деятельности алмазодобывающего предприятия поправки на риск применяются к величинам плановой прибыли от производственной деятельности.

Поскольку полученные величины риска могут быть применены к алмазам любой алмазодобывающей компании, а потребитель изделий с бриллиантами высоко платежеспособен, то он, с такой же вероятностью предпочтет еще более «безопасный» алмаз, чем тот, который выигрывает по сравнению с менее «безопасным». Таким образом, рассчитанное значение риска является интервалом риска с точки зрения выбора покупателем алмаза по критерию «безопасности».

Алмазодобывающая компания может применить этот показатель для расчета своего собственного конкурентного риска, исходя из известного уровня «безопасности» своих алмазов. Таким образом, показатель риска будет для отдельной компании находиться в интервале от 0 до 5,85 % для США и до 8,78 % для Европы.

**ЛИТЕРАТУРА**


1. *Балабанов И.Т.* Риск-менеджмент: Производственное издание. М.: Финансы и статистика, 1996.
2. *Бернстайн П.* Против богов: Укрощение риска. М.: Экономика, 2001.
3. *Владимиров В.А.* Управление риском: Риск. Устойчивое развитие. Синергетика / В.А.Владимиров, Ю.Л.Воробьев. М.: Наука, 2000.
4. *Гмурман В.Е.* Теория вероятностей и математическая статистика. М.: Высшая школа, 2001.


Научный руководитель д.э.н. проф. *А.А.Ильинский*