

АСПЕКТИ НА РАСТЕЖА НА „АУРУБУИС БЪЛГАРИЯ” АД

Автор: Вяра Милушева¹

Резюме

Индустриалният растеж е многоаспектно понятие с изключителна важност за развитието на бизнеса. По своята същност растежът на предприятията се свързва с използването на възможностите, характерни за съответната фаза от неговия жизнен цикъл. Той е процес на нарастване на размера чрез увеличаване на количеството на производствените ресурси и степента на ефективност на използване и от тук – увеличаване на продажбите.²

Настоящата публикация има за цел да представи инструментариум за оценка на растежа на предприятията и по-конкретно предприятия, които се занимават с производствена дейност, а също така да представят част от резултати на емпирично проучване свързано с индустриалния растеж на „Аурубис” АД. Изборът на предприятие произтича от важността на сектор „Цветна металургия” за развитието на индустриалния растеж на макро равнище и мястото на фирмата като лидер в сектора.

Ключови думи: *растеж, оценка, цветна металургия, индустриална фирма*

Индустриалният растеж на фирмите от сектор „Цветна металургия” е от ключово значение за икономиката на страната ни. Това са фирми, които се конкурират не само с местни, но и с чуждестранни предприятия. Това изисква постигането на устойчивост по отношение на все по-задълбочаващото се интензифициране на конкуренцията между фирмите. Растежът е свидетелство за тяхното развитие и за нарастване на потенциала им.

Цветната металургия е комплексен сектор на индустрията в България. Той включва дейности по: добива на полезни изкопаеми, обогатяването им, металургична преработка на рудите и концентратите, производство на сярна киселина и други серосъдържащи продукти, преработка на цветни и благородни метали и техните сплави в изделия и полуфабрикати. Продуктите на сектора,

¹зл.ас.д-р Вяра Милушева; катедра Индустриален бизнес, УНСС

² Георгиев Ив., Растежът на фирмата, УИ „Стопанство”, С., 2002, с.6

произвеждани в България, са съпоставими както със средното европейско ниво, така и със световното производство на човек от населението. При население на страната от 0,119% спрямо населението на света продукцията на сектора в количествено изражение е много над средното световно равнище. Произвежданите у нас основни видове метали мед, олово, цинк и други продукти, като дял от световното производство са в пъти по-големи в сравнение с дела на нашето население. За цветната металургия такова съотношение има и в рамките на Европейския съюз. По редица технологични и качествени показатели постиженията на българските фирми са на нивото на най-добрите практики в света. България е на девето място по стойност на произведена продукция от цветни и благородни метали в страните членки на Европейския съюз.³ Секторът се характеризира с висока специализация в производството на цветни метали и сплави, това дава специфична характеристика на цялата българска икономика и има своя принос в металургичната индустрия на Европейския съюз. През последните години от външнотърговския обмен на цветни метали се формира положително салдо от 3 – 4 млрд. лева.

Теза на настоящата публикация е, че постигането на растеж от индустриалните фирми изисква оценка на състоянието на бизнеса и прилагане на стратегия за устойчив растеж.

Предвид своя изключително експортно ориентиран характер, показателите в сектора зависят в по-голяма степен от възможностите за износ на металургична продукция, от нейната конкурентоспособност на европейските и на световните пазари.

Изложение

Растежът на индустриалните фирми зависи от множество фактори, които произтичат от външната и вътрешната среда. Това от своя страна, прави сложно разработването на инструментариум за оценка на растежа, защото множеството фактори и взаимното им влияние усложняват анализа. От изключителна важност за бизнеса е представянето на инструментариум за оценка на растежа, който да бъде лесно приложим в практиката. От тази гледна точка е необходимо да се избере малък брой ключови фактори за анализ, които да бъдат подходящи и от гледна точка на спецификата на съответния обект на изследване.

Оценката на растежа на предприятието⁴ спрямо предходната година или друг базов период е индикатор, имащ самостоятелно значение. Той е свидетелство за развитие на предприятието, за нарастване на потенциала му. Всепризната икономическа закономерност е, че успехът в бизнеса води до нарастване, а не до намаляване на дейността. Ето защо този индикатор не може да бъде пренебрегнат. Той може да се оценява чрез размера на нарастването на реализираната продукция, пазарния дял, както и на ресурсите на фирмата. Например по-високият краен финансов резултат, постигнат за сметка на намаляване на обема на продажбите, не може да се приеме като успех и не е положителен атестат за състоянието на

³ БАМИ, Металургията в България през 2016 г., С. 2017, godishnik_2016_bgn.pdf

⁴ Велев М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Изд. „Софттрейд“, С. 2004

фирмата. Освен това растежът на фирмата (ресурсно или като обем на реализацията и пазарен дял) е от голямо значение за постигане на едни или други стопански резултати и е в основата на по-нататъшното им повишаване. *Растежът на фирмата* се определя като процент на нарастване спрямо предходната година по следните показатели:

- нарастване на обема на продажбите (приходите) – Нп;
- нарастване на относителния пазарен дял спрямо основния (най-големия) конкурент – Нпд;
- нарастване на стойността на дълготрайните активи – На;
- нарастване на броя на персонала – Нб.

За определяне на процента на нарастване се използва формулата:

$$Н\% = \frac{С_{нг} - С_{пг}}{С_{пг}} * 100, \text{ където:}$$

$С_{пг}$ и $С_{нг}$ са значенията (стойностите) на показателите, съответно за предходната и настоящата година.

Оценката на растежа на фирмата се извършва спрямо предходната година, като се използват стойностите на показателите:

$$РП = w_1 Нп + w_2 Нпд + w_3 На + w_4 Нб, \text{ където:}$$

w_1, w_2, w_3, w_4 – коефициенти на значимост.

При сравнение на няколко фирми е необходимо да се определят бални оценки на съответните показатели, като се използват формулите:

В случаите, *когато се оценяват и сравняват голям брой фирми*, с цел определяне на относителната им позиция (ранга им):

$$БО_{ik} = 6 * \frac{(СТ_{ik} - СТ_{i \min})}{(СТ_{i \max} - СТ_{i \min})} + 1, \text{ където:}$$

$БО_{ik}$ – балова оценка на i -тия показател за k -тата фирма;

$СТ_{ik}$ – стойност на i -я показател за k -тата фирма;

$СТ_{i \max}$ и $СТ_{i \min}$ – съответно максимално и минимално значение (стойност) на i -тия показател за цялата съвкупност от анализирани фирми.

В случаите, *когато се оценява и сравнява растежа две фирми* (например при сравняване с основния конкурент), фирмата с по-високо значение (стойност) на показателя получава бална оценка 7, оценката на другата фирма се определя по формулата:

$$БО_{ik} = 6 * \frac{СТ_{ik}}{СТ_{i \max}} + 1$$

Определят се и коефициенти на значимост на отделните показатели. Те показват различното им относително значение за величината на съответния фактор. Определянето им може да стане по три начина:

- по експертен път от членове на изследователски екип;
- чрез проучване на мнението на анкетирани мениджъри;
- в резултат на емпирични изследвания.

Независимо по кой от тези начини ще бъдат определяни при тяхното количествено измерване, трябва да се има предвид, че сумата на коефициентите на значимост на всички показатели на даден фактор трябва да е 1.

В таблицата по-долу са представени коефициентите на значимост за всеки от показателите, дадени от експерти на фирмите: „КЦМ 2000” АД, „Асарел-Медет” АД, „Аурубис България” АД.

Таблица 1. Оценка на теглата на компонентите на фирмения растеж (коефициент на значимост – w), дадена от експертите

тегло	КЦМ 2000 АД	Асарел-Медет АД	Аурубис България АД	Средно
w1	0,31	0,32	0,33	0,32
w2	0,32	0,31	0,33	0,32
w3	0,24	0,26	0,24	0,25
w4	0,13	0,11	0,10	0,11
Σ	1,00	1,00	1,00	1,00

$$РП=0,32Нп+0,32Нпд+0,25На+0,11Нб,$$

където:

Нп – процент на нарастване на обема на продажбите (приходите);

Нпд – процент на нарастване на относителния пазарен дял спрямо основния конкурент;

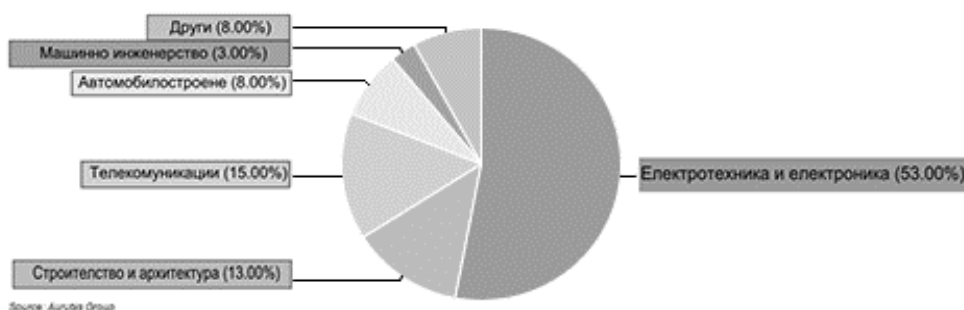
На – процент на нарастване на стойността на дълготрайните активи;

Нб – процент на нарастване на броя на персонала;

При оценяването на растежа на „Аурубис” АД са включени посочените по-горе показатели.

„Аурубис България” АД по своята правна форма е акционерно дружество със седалище и адрес на управление в гр. Пирдоп. Дейността на фирмата включва: преработване на медни концентрати, производство на медни аноди и медни катода, както и вторични продукти като сярна киселина и фаялит, проучвателна и инженерно-внедрителска дейност, производство на резервни части, съоръжения и оборудване за рудодобива и металургията и обучения за професионална квалификация и други. В производствената структура на фирмата са включени следните звена: металургия, рафинерия, производство на сярна киселина и обогатителна фабрика.

Фирмата е с размер на капитала при учредяването 20 790 519 лв. „Аурубис България” АД е медодобивен и произвеждащ завод на германската „Аурубис”. „Аурубис България” АД произвежда основно медни катода – мед с чистота 99,99%, която се извлича под формата на катод по време на електролиза на нерафинирана мед с параметри, които отговарят на изискванията от Лондонската метална борса (LME). Внедрена е система за управление с ISO14001:2004, ISO9001:2008 и сертификация по TÜV се извършва за заводите в гр. Пирдоп и гр. Олен. Заводът в гр. Пирдоп получава сертификацията по TÜV през 2010 г.



Фигура 1. Разпределение на бизнес консуматорите на мед.

Източник: <https://bulgaria.aurubis.com/bg/novini-i-publikacii/sobshchenija-za-mediite/aurubis-201516-result-confirms-company-and-market-expectations/>

Медта е метал, който позволява многократно рециклиране, което не се отразява негативно върху качеството му. Рециклирането на метала пести не само ресурси, но също така помага да се пести и енергия, необходима за добив и преработка на рудата. Благодарение на отличната си електропроводимост, медта е подходяща за приложение в електротехниката, електрониката, телекомуникациите, автомобилостроенето, строителството, химическа индустрия и други сектори на икономиката, което е гарант, че потребността от мед ще се увеличава непрекъснато.

В таблицата по-долу са представени в проценти измененията в стойностите на всеки един от показателите по години. Посочените отрицателни стойности не свидетелстват за влошаване на показателите, защото измененията са в рамките до единица, което показва запазване на общата тенденция за растеж на фирмата.

Таблица 2. Процентно изменение на показателите

			2013	2014	2015	2016
Обем на продажбите		$H_{П}$	-0,063	-0,118	0,460	-0,070
Относителен пазарен дял		$H_{Пд}$	-0,145	-0,145	-0,021	-0,304
Стойност на дълготрайните активи		$H_{А}$	1,200	0,500	0,467	-0,091
Брой на персонала		$H_{В}$	0,000	-0,100	0,481	0,250
Растеж на предприятието ($РП = 0,32H_{П} + 0,32H_{Пд} + 0,25H_{А} + 0,11H_{В}$)	%	РП	0,233	0,030	0,310	-0,115

Фирмата, обект на изследването, е стабилна по отношение на растежа през анализирания период. Малките изменения за всеки показател са следствие от факторите, произтичащи от външната и вътрешна среда в периода. За изследвания период най-силно влияние оказват понижаването на приходите в резултат на проведен мащабен ремонт през пролетта на 2016 година, когато заводът спира производството си в период от 54 дни и значителното намаляване на цените на медта на Лондонската метална борса.

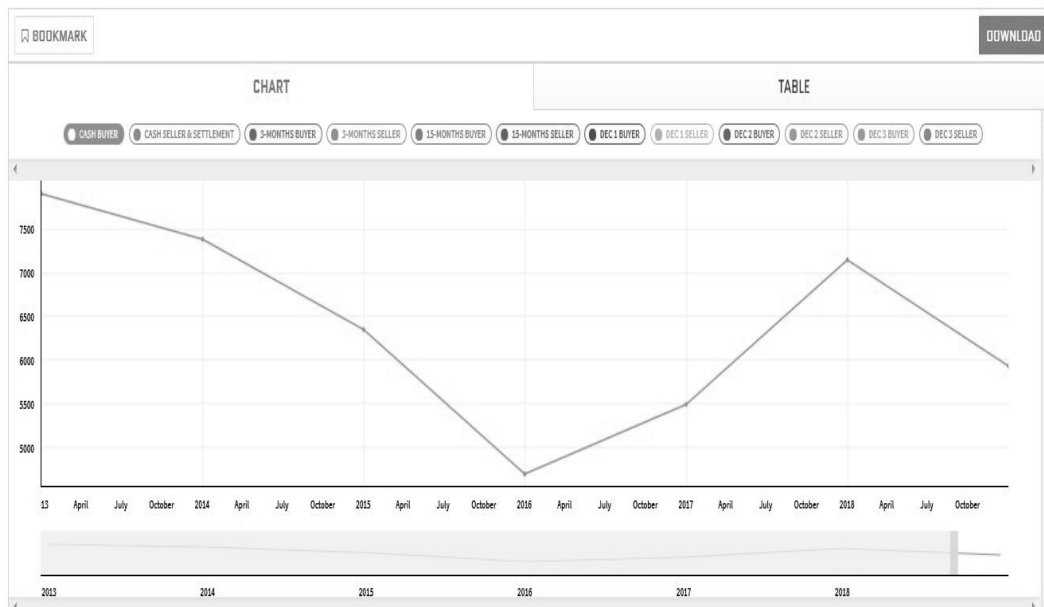
През анализирания период средносписъчния брой на персонала от 815 за 2013 г. намалява до 808 през 2014 г., като през следващите години заетите във фирмата достигат до 848 души, което показва тенденция на нарастване на показателя.

Годишният финансов отчет за 2015 г. показва, че печалбата е с близо 50% по-висока и достига 90 135 млн. евро спрямо 61 253 млн. евро за предходния период, което е увеличение с 47%, като обем производството на мед в остава почти без промяна, но високите такси за преработка и поскъпването на сярната киселина са причина за значителното увеличение.

От отчета за приходите и разходите става ясно, че за последните девет месеца на 2016 г. фирмата е преработила около 17% по-малко концентрат и съответно произвела по-малко медни аноди и катоди. Върху финансовите резултати оказват влияние по-ниските приходи от сярна киселина, а така също и по-ниските цени на металите и по-специално на медта, които са с 20% по-ниски от средната цена в края на 2015 г. Печалбата на „Аурубис България” АД също намалява, но фирмата запазва своята стабилност, продължавайки да бъде лидер в сектора. От друга страна направените инвестиции за ремонт на основните металургични мощности и инвестиции са насочени към повишаване на ефективността на производството и се цели постигне по-висок растеж.

Относителният дял на произведената в България електролитна мед през 2016 г. представлява 0,93% от световния добив и 8,01% от произведената в Европейския съюз. За 2015 г. показателите са съответно 1,01% и 8,49%. Анодната мед произведена в „Аурубис България” АД е с дял 1,56% от световното и 13,02% от това в Европейския съюз. Тези показатели разкриват тенденция на добри позиции на „Аурубис България” АД.

Предвид обстоятелствата, произтичащи от външната среда, „Аурубис България” АД предприема осъществяването на проекти за дългосрочно подобряване на резултатите. Значим за фирмата проект е Бъдеща комплексна металургия (БКМ), чрез него се постига постоянно развитие на експертния опит при обработване на комплексни материали. Фирмата създава условия за поддържане и разширяване на позицията си на лидер на пазар в редица области в дългосрочен план.



Графика 1. Цени на Лондонската метална борса на цветен метал мед

Източник: London Metal Exchange, https://www.quandl.com/data/LME/PR_CU-Copper-Prices (Цените са в долара за тон.)

Цените на цветните метали са силно чувствителни спрямо световните бизнес тенденции, това важи и за медта. На представената графика се вижда изменението на цените по години. Причините, предизвикващи динамика в цените, са от различно естество. През периодите на намаляване на цените на медта „Аурубис България“ ООД значително намаляват своите разходи, за да запазят нивото на печалбата си.

По отношение на растежа на „Аурубис България“ ООД за разглеждания период могат да се направят следните обобщения:

- Постоянен темп на нарастване на показателите, характеризиращи потенциала за растеж на фирмата;
- Съществуват възможности за запазване на водещото място на производството на фирмата и делът ѝ в износа на страната;
- Фирмата, обект на изследване, не спира инвестиционните си проекти, които гарантират производството, енергоефективността, опазването на природната и работната среда, по-високата производителност и качеството на работната сила;
- Реализират се и значими проекти, свързани с иновативни решения и внедряване на високотехнологични процеси и продукти, за достигане на показателите от добрите европейски и световни практики;
- Запазени са и се развиват добрите традиции в управлението, производството и в обновяването и поддръжката на производствените мощности;
- Изпълнени са основни изисквания и стандарти по управление на производството и качеството на технологичните процеси;

- Фирмата разполага с квалифициран персонал с дългогодишен опит и добра професионална подготовка. Създадено е партньорство с професионални образователни структури и университети;
- Спазва се трудовото законодателство, работа по трудови договори и относително високи за страната нива на работните заплати;
- Създадена е добре работеща браншова структура на работодателите от металургичната, добивната индустрия и свързаните производства;
- Постигнато е активно сътрудничество с европейските организации на производителите на цветни метали;
- Наличие на потенциал за разработване на нетрадиционни суровини – различни видове полезни изкопаеми от групата на индустриалните минерали;
- Съществува силна зависимост от внос на концентрати на цветни метали и отдалеченост от доставчиците от трети страни (извън ЕС);
- Регулация от страна на ЕС по отношение на замърсяване на околната среда, опазване на здравето при използването на веществата, включително металите, отпадъците и тяхното рециклиране, енергийната политика, държавните помощи и др.;
- Капиталоемко и материалоемко производство, изискващо висок размер на инвестициите и на оборотните средства;
- Висока енергийна интензивност и обвързаност с доставки на енергоресурси;
- Ниско потребление на метали на вътрешния пазар, относително по-голяма отдалеченост от реалните потребители на крайна продукцията – страни на ЕС или от други региони;
- Силна обвързаност на цените на металите с котировките на ЛМБ (LME) и тяхната зависимост от световните икономически и ценови цикли; невъзможност за прехвърляне на разходи върху клиенти;
- Застаряващ състав на квалифицираната работна сила, недостиг на млади, мотивирани и компетентни хора за работа в металургичните производства;
- Конкуренция с други ползватели на земята като строителството, селското стопанство, туризъм, опазване на природата и други;
- Рискове от крупни аварии и инциденти.

Анализът на фирмения растеж се основава на оценяване на конкретни показатели. Представеният в публикацията инструмент за оценка на растежа дава възможност да се проследят измененията в показателите спрямо определени периоди и възможност за разработване и прилагане на стратегия за устойчив растеж. По отношение на стратегията за устойчив растеж на фирмата, обект на изследването, може да се каже, че технологичните иновации са двигател на растежа за „Аурубис България” АД. Фирмената политика по отношение на технологичните иновации трябва да бъде освен в посока на повишаване ефективността на производствения процес, но и в посока към възможност за постигане на гъвкавост в процеса по ценообразуването или иначе казано, технологичните иновации би трябвало да позволяват ниска ресурсоемкост, а и необходимостта от внедряването

им да бъде преценена и обоснована спрямо крайните резултати, свързани с растежа на фирмата.

Използвана литература

1. БАМИ, Металургията в България през 2016 г., С. 2017, godishnik_2016_bgn.pdf
2. Велев М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Изд. „Софттрейд”, С. 2004
3. Георгиев Ив., Растежът на фирмата, УИ „Стопанство”, С., 2002, с.6
4. London Metal Exchange, <https://www.lme.com/>,
5. London Metal Exchange, https://www.quandl.com/data/LME/PR_CU-Copper-Prices
6. <https://bulgaria.aurubis.com/bg/novini-i-publikacii/sobshchenija-za-mediite/aurubis-201516-result-confirms-company-and-market-expectations/>