
РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОГНЕУПОРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УРАЛА КАК ВАЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Дубровский В.Ж., Дружкина М.А.

Выявлены основные проблемы наращивания экспортного потенциала огнеупорных предприятий Урала. Даны рекомендации по их решению и сформулированы концептуальные основы промышленной политики по производству конкурентоспособной огнеупорной продукции.

Устойчивый рост экономики Свердловской области создает условия, при которых важнейшим направлением промышленной политики становится содействие в продвижении разнообразной продукции на внешние рынки.

Многие предприятия, достаточно успешно освоив внутренний, рассматривают потенциал внешнего рынка в качестве фактора своего дальнейшего развития. Но далеко не для каждого предприятия выход на внешний рынок возможен как самостоятельный шаг. В особо сложном положении оказываются предприятия тех отраслей, чья продукция специализирована по применению и обладает низким уровнем дифференциации. В этом случае государственная поддержка внешнеэкономической деятельности необходима, и в первую очередь тем предприятиям и отраслям, которые обладают очевидным экспортным потенциалом. Например, предприятиям по производству огнеупоров.

Производство огнеупоров по объему продукции, численности рабочих, капиталовложениям и другим показателям не может быть отнесено к числу основных отраслей экономики России, но для некоторых из них, например для металлургии, оно имеет исключительное значение. Огнеупоры являются необходимой составной частью основных фондов ведущих отраслей промышленности, без которой невозможно осуществление ряда производственных процессов. Как правило, огнеупорная продукция применяется для кладки промышленных печей, топков и других тепловых агрегатов. Помимо металлургических предприятий потребителями огнеупоров являются предприятия стекольной и цементной промышленности, а также все предприятия, использующие тепловые агрегаты и оборудование.

На территории Урала расположено шесть предприятий, специализирующихся на выпуске огнеупорных изделий. Четыре из них – ОАО "Динур" (г. Первоуральск), ОАО "Сухоложский огнеупорный завод" (г. Сухой Лог), ОАО "Огнеупоры" (г. Богданович) и ООО "Никомогнеупор" (г. Нижний Тагил) – расположены на территории Свердловской области, два – ОАО "Магнезит" (г. Сатка) и ЗАО "Огнеупор" (г. Магнитогорск) – в Челябинской области. Помимо перечисленных специализированных предприятий, производством огнеупоров на Урале занимаются такие металлургические предприятия, как ОАО "ММК" (г. Магнитогорск) и ОАО "Мечел" (г. Челябинск). Производство огнеупоров на этих предприятиях превышает показатель в 15 тыс. тонн за год.

Самыми крупными предприятиями России по производству огнеупоров среди специализированных считаются ОАО "Магнезит", ОАО "Огнеупоры" и ООО "Никомогнеупор", среди металлургических предприятий крупнейшим производителем огнеупоров является ОАО "Мечел". Следует выделить предприятие "Динур" (г. Первоуральск), которое является монополистом в производстве динасовой продукции (фасонные изделия). На его долю приходится более 80% всех производимых в России динасов.

Как и во многих других отраслях, основной причиной, сдерживающей рост производства и структурной модернизации в огнеупорной промышленности, является низкая конкурентоспособность продукции на фоне невысокой инвестиционной и инновационной активности предприятий. Для преодоления этих барьеров на входе на мировой рынок нужно создать предпосылки для достижения необходимого уровня конкурентоспособности предприятия, которую следует определить как ряд сравнительных преимуществ (по конкурентоспособности продукции, срокам поставок, уровню обслуживания потребителей, квалификации персонал и т.д.) по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами.

Основой конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке является конкурентоспособность товара. Если он не в состоянии удовлетворить потребности покупателя, то никакие усилия не смогут улучшить позиции такого товара на внешнем рынке. Такой товар обычно специально создается на базе национального товара после серьезного анализа требований сегмента покупателей (рынка) той страны или группы стран, где фирма намерена вести экспортную деятельность. При этом необходимо иметь в виду возможные изменения этих требований в перспективе, предусматривать должное правовое, сервисное, рекламное обеспечение. Товары рыночной новизны являются ключевыми для коммерческого успеха предприятия. Фирмы, продающие такие товары, имеют возможность назначить монопольные цены и получать более высокую, по сравнению со средней, норму прибыли.

Основными конкурентами в производстве продукции для уральских огнеупорщиков являются предприятия Украины. Кроме того, происходит усиленное проникновение на рынок продукции зарубежных огнеупорных фирм Австрии (Везувиус), Германии (Плибрико, Вулфразер, Базальт), Ирландии (Майертон) и др.

Иностранные фирмы используют преимущества своей продукции путём:

- установления технических контактов с потребителями огнеупоров, помогая им освоить технологию применения продукции с целью достижения высоких результатов в использовании ее основных качественных характеристик (стойкости);
- комплексного решения большинства вопросов внедрения продукции на рынке её применения, включая поставку необходимого технологического оборудования и приспособлений; обучения обслуживающего персонала в специализированных организациях за границей;
- создания своих представительств в России, к деятельности которых привлекаются ведущие специалисты профильных научных организаций, профессионалы в области технологии и организации огнеупорного производства;
- постоянного участия в выставках, конференциях и совещаниях, проводимых по огнеупорной тематике в России и СНГ, где формируется имидж предприятий, активно пропагандируются их передовые разработки.

В ряде случаев стойкость отечественных и импортных ковшевых огнеупоров сблизились, и по удельным затратам (руб./т стали) отечественная продукция не уступает импортной. Для стабилизации качества огнеупорные предприятия сертифицируют систему качества в соответствии с международными стандартами ИСО 9000, ряд предприятий сертифицировали и сертифицируют в настоящее время производство углеродсодержащих огнеупоров, в процессе сертификации ужесточают требования и вводят дополнительные ограничения для стабилизации технологического процесса.

За последние годы экспорт огнеупоров из России увеличился (табл.). Крупнейшими странами-потребителями российских порошков являются Украина и Казахстан, на которые приходится до 85% всего экспорта из России, огнеупоров – Украина, Казахстан и Узбекистан – 80% российского экспорта.

Таблица 1

Объем экспорта огнеупоров в 2003 – 2006 гг., тыс. тонн

Эмитенты	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Комбинат "Магнезит"	46 600	44 310	47 500	48 213
Комбинат "Магнезит" (порошки)	175 630	170 290	140 000	142 100
"Динур"	16 700	9 128	14 000	14 210
"Динур" (кварцит)	32 800	27 000	28 000	28 420
"Огнеупоры" (Богданович)	19 600	20 400	20 000	20 300
Сухоложский огнеупорный завод	935	960	1 000	1 015
Новомосковский огнеупорный завод	175	414	400	406
Семилукский огнеупорный завод	300	235	251	255
Внуковский завод огнеупорных изделий	2 887	1 950	1 700	1 726
Боровичский комбинат огнеупоров	11 170	12 807	11 800	11 977
Щекинский огнеупорный завод	60	63	67	68
Россия, всего	98 427	90 267	96 718	98 170
Динамика экспорта, %		-8,3	7,1	1,5

Источник: "ФинИнфо"

Анализ данных показывает, что экспорт огнеупоров неразрывно связан с объемами производства на огнеупорных предприятиях. Самые высокие показатели производства огнеупорных изделий по Уралу за исследованный период приходятся на 2000 г. (рис. 1).

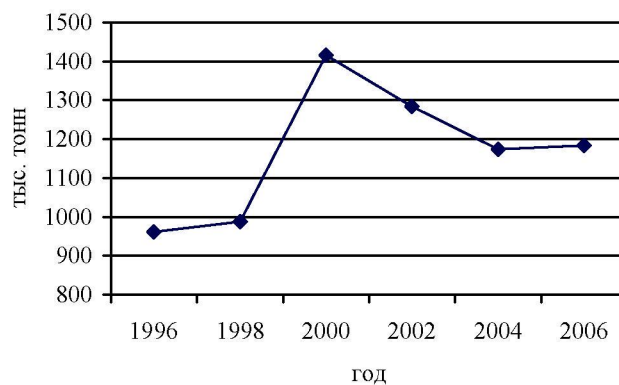


Рис. 1. Производство огнеупоров по Уралу в 1996 – 2006 гг., тыс. т

Вместе с тем известно, что в период с 1990 – 1999 гг. в связи с отсутствием спроса на огнеупорную продукцию часть цехов уральских огнеупорных предприятий, особенно по производству шамотных изделий, была законсервирована или переведена на производство более востребованных изделий. Падение производства на предприятиях черной и цветной металлургии, а также в промышленности строительных материалов, привело к значительному снижению объемов производства и численности обслуживающего персонала на огнеупорных предприятиях Урала. С другой стороны, снижение объемов производства изделий способствовало техническому перевооружению и организации производства более современных огнеупоров. На сегодняшний день изготовители огнеупоров на Урале достигли определенных успехов в освоении производства востребованных металлургами видов огнеупоров. Например, наиболее затратным с точки зрения применения огнеупоров является сталеразливочный ковш (около 25% от затрат на огнеупоры в металлургическом производстве полного цикла). Поэтому металлурги уделяют повышенное внимание качеству, надежности и безопасности всех элементов футеровки сталеразливочных ковшей. В связи с массовым внедрением ресурсо- и энергосберегающих технологий металлургическая промышленность предъявляет спрос на качественные огнеупорные футеровки печей и агрегатов, отличающиеся низкими теплотерями, массопотерями, трудовыми затратами при ремонтах. В настоящее время основными экспортерами огнеупоров являются ОАО "Магнезит", Богдановичское ОАО "Огнеупоры", ОАО "Динур" и ОАО "Боровичский комбинат огнеупоров" – на их долю приходится до 97% всего экспорта (рис. 2).

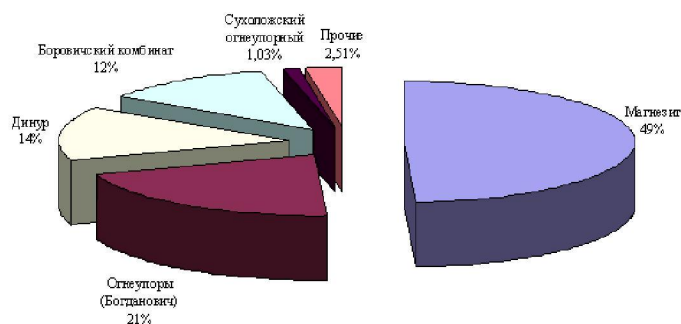


Рис. 2. Доля предприятий Урала в общем объеме экспорта огнеупоров в 2006 г., %

Примером для огнеупорной промышленности в области развития экспортных поставок являются металлурги. Они очень серьезно относятся к экспорту своей продукции, что подтверждается созданием Союза экспортеров металлопродукции России. Экспорт черных металлов сегодня составляет около 60 %, цветных – 80 – 95%, а экспорт огнеупоров не превышает 3%. Такое положение с экспортом огнеупоров крайне неразумно, поскольку металл тесно связан с огнеупорами – стоит только уменьшиться экспорту металлов, как это сразу же негативно отразится на огнеупорной промышленности ввиду неподготовленности внутреннего рынка. Используя опыт металлургов, необходимо сначала увеличить экспорт огнеупорного сырья, а затем – огнеупорных изделий.

Следует также учитывать и то, что увеличение экспорта огнеупоров является основным средством борьбы с их импортом. Россия располагает обширными запасами огнеупорного сырья любого качества и в количестве, способном полностью удовлетворить потребителей. Однако, никто в России не занимается экспортом этого сырья, в то

время как зарубежные страны широко продают огнеупорное сырье. Так, например, в Тайвань поставляет Великобритания, Польша – магнезиальный клинкер, Германия – огнеупорную глину. Норвегия поставляет оливинит (дунит) в Австралию, хотя в России имеются не меньшие запасы кытлымских и соловьевских дунитов. При этом транспортные расходы российского сырья в 2-3 раза меньше зарубежных, а его экспорт не требует никаких капитальных затрат. Поэтому для России экспорт огнеупорного сырья как начало экспорта огнеупоров может стать весьма выгодным направлением.

Множество товаров одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателя на равных или незначительно варьирующих ценовых (или шире – экономических) условиях. В этой ситуации предпочтение потребителя отдается наиболее конкурентоспособному товару – т.е. такому, который на единицу своей стоимости (цены) удовлетворяет больше потребностей и на более высоком уровне, чем товары конкурентов. В этих условиях экспортные возможности определяются, прежде всего, тем, производит ли предприятие конкурентоспособную продукцию, а если не производит, то как быстро и с какими расходами оно способно ее произвести. Для этого на предприятиях огнеупорной промышленности должна быть разработана концепция внешнеэкономической деятельности или внешнеэкономическая стратегия, отвечающая задачам региональной промышленной политики.

В первую очередь, при разработке концепции необходимо определить цель внешнеэкономической деятельности предприятия: получение прибыли за счет выхода на внешний рынок или получение доступа к новым технологиям, или повышение конкурентоспособности продукции и самого предприятия, или расширение и диверсификация производства. Помимо этого в концепции определяется, какие виды и формы внешнеэкономической деятельности в перспективе будут развиваться – только внешняя торговля или производственная кооперация с иностранными партнерами.

Также концепция должна определять:

- потребность в огнеупорах, которые может производить данное предприятие в соответствии с наличием мощностей, кадров, поставщиков;
- технический уровень аналогичной продукции на целевом рынке;
- технические, технологические и финансовые возможности предприятия.

Подводя итог всему вышесказанному, заметим, что в настоящее время огнеупорные предприятия Урала приобрели значительные экономические и финансовые возможности. Однако, даже при успешном формировании концепции внешнеэкономической деятельности, учитывающей все условия и обстоятельства ее осуществления, каждое предприятие по производству огнеупоров "в одиночку" не сможет функционировать на внешнем рынке, если ему не будет оказана та и иная поддержка государственных структур. Поэтому необходимость формирования единого подхода в осуществлении политики поддержки внешнеэкономических устремлений производителей огнеупоров становится актуальным вопросом.