

Промышленность

С товаром на выход

— тенденции —

с09 Кроме наращивания экспорта, ВМЗ старается заместить импортную продукцию. «В 2005 году завод запустил линию по производству труб большого диаметра (ТБД), которые раньше Россия в основном закупала за границей. В 2011-м заработал прокатный стан МКС-5000 мощностью 1,5 млн т проката в год для изготовления широкого стального листа, используемого в производстве ТБД. До этого момента отечественные производители труб ежегодно закупали за границей 1 млн т листа. Из собственного сертифицированного проката ВМЗ планирует выпускать в 2015 году трубы для второй подводной нитки газопровода «Южный поток». Сегодня новым проектом по импортозамещению, который реализуется в сотрудничестве с Российскими железными дорогами, стало строительство линии по производству колес для скоростного и высокоскоростного железнодорожного сообщения. Мощность линии в 10 тыс. колес в год позволит полностью обеспечить потребности РЖД», — говорит Сергей Филипов.

Еще один из крупнейших экспортеров региона Горьковский завод «Группы ГАЗ» по итогам прошлого года увеличил объемы поставок автомобилей за рубеж до 16,4 тыс. штук — это около 17% от общего объема продаж техники марки ГАЗ и на 14% больше, чем в 2012 году. Как поясняют на предприятии, рост экспорта произошел, прежде всего, за счет увеличения продаж в странах СНГ, особенно в Казахстане и Узбекистане, что связано с активным развитием сбытовой сети в этих странах. Сегодня ГАЗ составляет в союзные страны весь модельный ряд легковых коммерческих и среднетоннажных автомобилей, этот рынок — одно из приоритетных направлений компании.

В страны дальнего зарубежья ГАЗ в основном экспортирует полноприводную технику. В начале 2014 года завод получил Единое европейское одобрение типа транспортного средства, которое позволяет продавать в странах Европейского союза автомобили «ГАЗель NEXT» с двигателем пятого экологического класса, для чего специалисты «Группы ГАЗ» более года занимались доводкой и испытаниями автомобиля. В настоящее время компания ведет переговоры с потенциальными дистрибуторами в нескольких странах по созданию системы продаж и сервисного обслуживания. Кроме того, ГАЗ развивает проект по контрактной сборке машин в Турции совместно с местным дистрибутором Mersa Otomotiv.

Однако отдельные решения зарубежных стран негативно влияют на возможности российских автоэкспортеров. Например, 1 января 2014 года ЕС исключил Россию из глобальной системы преференций (GSP), которые применяются к странам с неразвитой экономикой, — статус изменился из-за роста доходов на душу населения, что привело к увеличению пошлины при экспорте легковых коммерческих автомобилей (Light Commercial Vehicle, LCV) с 15% до 22%. При этом пошлина для иностранных компаний, экспортирующих LCV в Россию, составляет 15%. С другой стороны,



рост курса евро и доллара по отношению к рублю, напротив, создает более благоприятные возможности для расширения экспорта российских автомобилей, отмечают в «Группе ГАЗ».

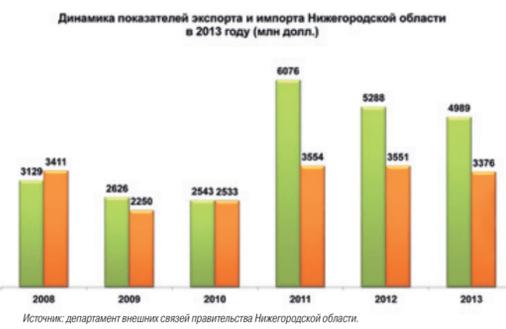
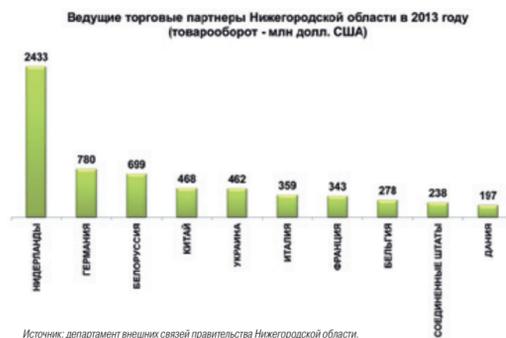
Среди малых предприятий-экспортеров по итогам 2013 года выделилось совместное предприятие нижегородской группы компаний «Автокомпонент» и норвежского холдинга Hexagon Composites по выпуску полимерно-композитных газовых баллонов в Нижнем Новгороде — Rugasco, признанное одним из лучших экспортеров региона. В 2013 году в Казахстан и в Украину компания поставила около 500 баллонов бытового применения на 2 млн руб. и шесть газовых систем для автобусов Минского автомобильного завода на 5,5 млн руб. По мнению генерального директора ЗАО «Управляющая компания ГазСервисКомпозит» (создана для управления газобаллонным производством) Олега Зайцева, показатели довольно скромные, но, учитывая, что это совершенно новая продукция и еще никто в странах СНГ не использовал баллоны четвертого типа (композитные баллоны), это неплохое начало. Сегодня, по словам господина Зайцева, интерес к газовым системам Rugasco для автобусов проявляют Ирак, Ливия и Оман, с которыми ведутся переговоры, также предприятие налаживает связи с бизнесменами Казахстана, Азербайджана и Армении. Кроме того, Rugasco намерено расширить номенклатуру и производить полимерно-композитные газовые баллоны высокого давления для топливных систем грузовых и коммерческих транспортных средств. Также предприятие планирует поставлять в страны СНГ системы транспортировки природного газа и мобильные автогазозаправочные комплексы. Но пока экспортер испы-

тывает некоторые сложности в поставках. «В основном они связаны с необходимостью получать дополнительную разрешительную документацию на продукцию и дополнительную сертификацию, так как далеко не во всех странах, даже тех, которые входят в Таможенный союз, принимается продукция с российскими документами», — отмечает Олег Зайцев. Тем не менее в текущем году Rugasco планирует увеличить объемы экспорта за счет выигранного тендера на поставку 150 систем для газовых автобусов МАЗа на сумму 130 млн руб. и поставить первые системы для грузового транспорта (сейчас готовится прототип) минского завода.

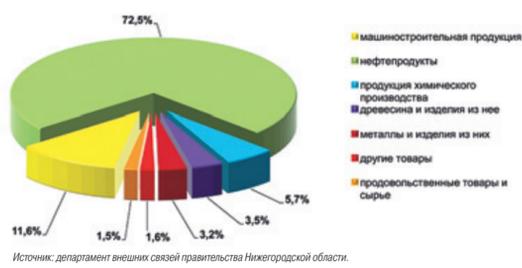
По мнению аналитика Альфа-банка Дмитрия Долгина, несмотря на растущие показатели по экспорту отдельных предприятий, российским поставщикам

приходится все сложнее работать на зарубежных рынках, особенно в странах СНГ. «Две трети российского экспорта приходится на нефтегазовый сектор, который не сильно зависит от внутриэкономических трендов, 15% — на сырьевой экспорт металлов, который в большей степени зависит от конъюнктуры внешних рынков, 20% — на экспорт несырьевой, в основном это продукция машиностроения, для которого ключевым рынком являются страны СНГ», — комментирует аналитик. — Экспорт предприятий сильно зависит от внутриэкономических трендов — например, замедления экономики, а также от геополитической ситуации. И судя по динамике, Россия в целом теряет свои позиции на этих рынках, проигрывая конкуренцию Китаю и другим странам Юго-Восточной Азии. Кроме того, есть внутренние проблемы, связанные с загруженностью мощностей». Как отмечают в Нижегородском центре развития малого и среднего бизнеса находятся в более тяжелом положении из-за ужесточения конкуренции и снижения инвестиционной привлекательности региональных предприятий после вступления в ВТО и Таможенный союз, в отличие от крупных ресурсодобывающих компаний, получивших максимум преимуществ. Чтобы обеспечить выживание небольшим компаниям и усилить их позиции, необходимо разрабатывать федеральные и региональные программы по модернизации, увеличению доли инновационной продукции и импортозамещению на этих предприятиях, считают в экспортном центре. «Если мы хотим иметь экспортно-ориентированную промышленность, мы должны сделать для бизнеса правила игры понятными, стабильными и предсказуемыми», — добавляет Дмитрий Краснов. — У нас много проблем, которые нужно решать, связанных с обеспечением длинными деньгами, банки совсем недавно стали выдавать кредиты для бизнеса на пять-семь лет, и ростом тарифов, а между тем нормальный инвестиционный проект в среднем выходит на окупаемость за десять лет». Если мы хотим развивать свою промышленность и быть менее подверженными рецессиям и падениям, считает господин Краснов, то мы уже сегодня должны создавать задел на будущее.

Александра Видулова



Структура экспорта в 2013 году



Прессинг крупных игроков

— нефть и газ —

Отечественный нефтегазовый сервис просит помощи у государства. Расходы нефтяных компаний на сервисные услуги в 2013 году достигли почти 900 млрд рублей. При этом российские нефтесервисные компании уже несколько лет говорят о тяжелом финансовом положении, вызванном активной деятельностью на рынке высококонкурентных зарубежных и прессингующих российских игроков.

Наболевшие проблемы

Сейчас в России работает около 200 нефтесервисных компаний. Основную долю заказов они получают от крупных недропользователей: «Роснефти», ЛУКОЙЛа, «Газпром нефти», НОВАТЭКа, «Газпрома», «Русснефти». Например, в Западной Сибири нефтесервисные услуги в основном предлагают 13 компаний. Главные игроки рынка: Halliburton, «Петроальянс», «Трайкан», Schlumberger, Центр цементирования скважин, Сибирская сервисная компания, «СКС Спеццемент», Мегионское тампонажное управление, «Поиск нефти и газа», «РУ-Энерджи Групп», «Агрос СМР». При этом инос-

транные компании предпочитают осваивать рынок через дочерние структуры — например, для Schlumberger традиционные нефтесервисные работы (цементирование скважин, тампонаж) невыгодны, так как компания специализируется на высокотехнологичных услугах.

«Расходы нефтяных компаний на нефтесервисные услуги выросли с 250 млрд рублей до 700 млрд рублей (по итогам 2012 года) всего за десять лет. И будут расти в дальнейшем», — отмечает председатель Союза нефтегазопромышленников России Юрий Шафраник. Российские эксперты выделяют целый ряд проблем, стоящих перед нефтегазовым сервисом, включая необходимость господдержки, налаживание тесного и прозрачного взаимодействия между заказчиками услуг и подрядчиками, обеспечение выгодных условий финансирования проектов, своевременной оплаты заказов. Обсуждаются и проблемы износа оборудования, прессинга заказчиков по цене.

Сегодня российские нефтесервисные компании работают в условиях жесткой конкуренции с «большой четверкой»: Schlumberger, Baker Hughes, Weatherford, Halliburton. Западные компании, используя свое технологическое

и финансовое преимущество, активно наращивают присутствие на нефтесервисном рынке России. Доля этих компаний выросла с 10% в 2003 году до 23% в 2012 году, не включая поставок в РФ оборудования и буровых станков. Повышенные объемы бизнеса западных компаний достигается в том числе за счет покупки активов. Малые компании, работающие в высокотехнологичных сегментах сервиса, становятся объектом внимания западных коллег и приобретаются ими на условиях, которые не могут быть предложены отечественными участниками рынка.

По мнению Юрия Шафраника, «доминирование иностранных компаний на нашем нефтесервисном рынке не просто использование его большей части. Эти компании фильтруют и дозируют технологический прогресс, носителями которого они себя в России позиционируют. Эти компании решают, какие технологии и оборудование кому продавать, а может вообще не допускать их распространения нас столь долго, сколько это возможно. Стратегия понятна: ограничить модернизацию и усилить российский конкурентов. Такая ситуация подразумевает, что зарубежные компании не только определяют степень отставания

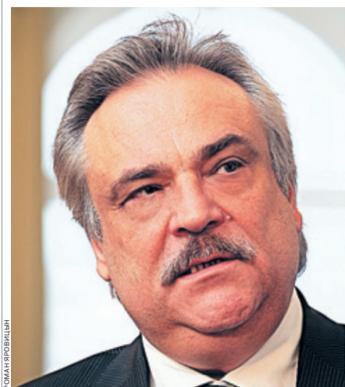
конкретных отечественных поставщиков оборудования и услуг от международного уровня, но и влияют на темпы и качество развития всей отрасли».

Как отмечает российский министр энергетики Александр Новак, среди основных вызовов, стоящих перед отечественным нефтегазовым комплексом, можно отметить активное развитие за рубежом новых технологий, а также ситуацию на мировых рынках в условиях обостряющейся конкуренции и участия России в ВТО. Главным внутренним врагом — источником запаса традиционных месторождений. По мнению господина Новака, необходимо сохранить достигнутые нефтеизвлечения в среднесрочной перспективе. Поддержание высоких темпов добычи нефти в стране потребует разработки новых, более сложных месторождений. Обеспечить решение этих задач сможет лишь высокотехнологичный сервис.

Нищие кредитуют богатых

Отечественные недропользователи делают вид, что не понимают того, что нефтесервис, в первую очередь капиталоемкие буровые компании, должен зарабатывать достаточную прибыль для повышения качества, обновления оборудования, со-

Конкурентное замещение



— экспертное мнение —

Одной из наиболее актуальных тем в текущей геополитической ситуации является тема импортозамещения. Пока регионы решают, как максимально диверсифицировать риски и перенести ключевые производства на свою территорию, в Нижегородской области уже существуют примеры успешной защиты внутреннего рынка. С 2005 года на территории региона реализуется областная программа «Покупайте нижегородское», и за это время доля товаров местных производителей на прилавках наших магазинов увеличилась с 15% до 65%, а объем производства продуктов ежегодно растет. Только по итогам 2013 года он на 10% превысил показатели 2012 года.

В связи с этим я убежден, что как в регионе, так и в стране в целом есть все условия для защиты внутреннего рынка и по более широкому спектру товаров. Для этого, как мне кажется, нужно обеспечить адресную поддержку каждого проекта, способного производить продукцию, замещающую импорт, а также заниматься таможенно-тарифным (пошлины) и нетарифным (квоты, лицензирование ввоза) регулированием, субсидированием и другими видами господдержки производств. Я считаю, что потенциал нашей страны позволяет производить большой спектр товаров, в том числе тех, которые мы покупаем. Это подтверждает происходящая замена импорта иностранных автомобилей локализацией производства в России. К примеру, в 2009—2012 годах доля локально выпущенных иномарок на российском рынке выросла почти вдвое — до 44%. В общих продажах автомобилей Renault в России на автомобили местного производства приходится около 95%, Volkswagen — около 60%. И сейчас, по прогнозу экспертов, доля импорта на автомобильном рынке будет снижаться как минимум до 2017 года и опустится до 32%.

Между тем при реализации программы импортозамещения одним из факторов роста экономики останется экспорт, поэтому производство должно быть ориентировано не только на внутренний рынок, но и на внешний. Только в этом случае уровень конкурентоспособности продукции будет приемлемым. Нужно развивать не только определенные отрасли, но и повышать уровень развития экономики, социальной сферы, инфраструктуры, делая саму страну способной на равных конкурировать с развитыми промышленными странами. Поэтому необходимо форсировать разработку федерального закона о промышленной политике с анализом ситуации в наиболее перспективных для импортозамещения отраслях и планомерно их поддержки, включая пересмотр таможенных пошлин на импортные аналоги, принять полномасштабную целевую программу поддержки экспорта и импортозамещения, а также использовать налоговые меры для стимулирования инновационной и инвестиционной деятельности. В этом смысле может быть эффективным применение налоговых каникул на период от старта до запуска инновационного проекта, его выхода на окупаемость и создание налоговых стимулов для расширения спроса на научные исследования, для инвестирования в науку и инновационную сферу.

Виктор Ключай, вице-президент Российского союза промышленников и предпринимателей