

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА МЕТАЛЛУРГИИ УКРАИНЫ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ СБЫТА МЕТАЛЛОПРОДУКЦИИ

Вследствие обострения конкуренции на мировом рынке и постоянных изменений конъюнктурных, экономических, организационных и институциональных условий ведения хозяйства одной из наиболее актуальных проблем развития различных субъектов экономической деятельности в настоящее время является обеспечение их конкурентоспособности.

Конкурентоспособность вида экономической деятельности определяется наличием у него конкурентных преимуществ, представляющих собой естественные или вновь созданные факторы развития отрасли, являющиеся объектом управления со стороны государства и хозяйствующих субъектов, эффективное использование которых позволяет победить в конкурентной борьбе.

В современных условиях самым важным является то, какие из конкурентных преимуществ наиболее весомы для отрасли в определённой конкурентной среде на данном отрезке времени. Это имеет значение в силу того, что конкуренция по своей сути динамична, и изменение любого субъекта хозяйствования и деловой среды является непрерывным процессом. Следовательно, сегодняшние конкурентные преимущества завтра могут быть сведены на нет.

Исследованием вопроса конкурентных преимуществ отдельных предприятий (в том

числе ТНК), видов экономической деятельности, национальных экономик и отдельных регионов занимались такие ученые, как М. Портер [5; 9], М. Энрайт [12; 13], Дж. Даннинг [11], Э. Райнерт [15], Р. Нарула [14], Н. Лепа [6], И. Фаминский [10] и др.

Для более точного определения конкурентных преимуществ украинской металлургии, являющейся базовой отраслью для национального хозяйства страны, их следует рассматривать применительно к конкретным рынкам сбыта металлопродукции. Поэтому целью данной статьи является выявление и анализ конкурентных преимуществ металлургической промышленности Украины на региональных металлорынках.

Для анализа преимуществ целесообразно использовать такие инструменты стратегического планирования, как элементы SWOT-анализа (в части выявления внешних возможностей и ограничений развития отрасли) и бенчмаркинг конкурентоспособности (сравнение преимуществ отечественной металлургии с преимуществами ее конкурентов).

Основными рынками сбыта украинской металлопродукции являются страны ЕС, СНГ, Северной Африки, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии (рис. 1).

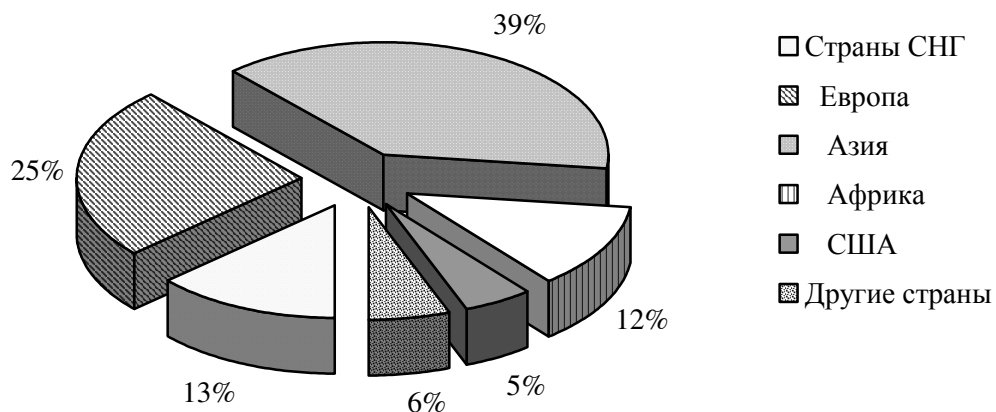


Рис. 1. Географическая структура экспорта металлопродукции из Украины в среднем 2006-2008 гг.

Рынок стран ЕС в структуре экспортных поставок отечественной металлопродукции, занимавший в 2008 г. 21,7%, является для Украины одним из самых приоритетных, вследствие его географической близости, более высоких цен на продукцию и востребованности высококачественных изделий. Однако указанные возможности не всегда удается реализовать по причине ограничений, существующих как на данном рынке, так и исходящих от конкурентов.

Основное ограничение на металлургическом рынке ЕС состоит в отсутствии спроса на украинскую готовую металлургическую продукцию со стороны европейских стран, которые предпочитают закупать полуфабрикаты (заготовку, слэбы) и производить из них готовые высококачественные изделия как для внутреннего потребления, так и на экспорт на своей территории и на собственной, более совершенной технологической базе.

В качестве второго ограничения на европейском рынке, снижающего ценовые конкурентные преимущества отечественных металлургов, является вступление в силу с 1 июля 2007 г. Регламента № 1907/2006 Европейского Парламента и Совета Министров ЕС в области регулирования производства, размещения на рынке стран Евросоюза и дальнейшего использования химических веществ (REACH) [4]. Одной из целей введения данного Регламента является повышение конкурентоспособности промышленности стран ЕС за счет ужесточения природоохранных требований к производству химической продукции в странах Евросоюза и импортируемой или экспортируемой химической продукции из третьих стран.

Принципиальным отличием законодательства REACH является то, что химические исследования будут проводиться за счет поставщиков продукции на рынок ЕС.

Для того, чтобы в дальнейшем осуществлять поставки продукции на европейский рынок, украинские металлурги вынуждены пройти процедуру

предварительной регистрации и регистрации в Европейском химическом агентстве (ЕХА). Причем сделать это может только единственный представитель (им была назначена дочерняя компания Metinvest International Italia S.r.l.), который находится в зоне ЕС и назначается производителем или импортером-нерезидентом ЕС.

Предварительная регистрация, которую украинские метпредприятия прошли в период с 1 июня по 1 декабря 2008 г., позволяет им поставлять свою продукцию на европейский рынок до 1 декабря 2010 г. В дальнейшем металлургам необходимо пройти процедуру основной регистрации, сроки которой установлены с 2009 по 2018 г.

Стоимость регистрации составляет от 30 тыс. до 1 млн. евро в зависимости от сложности необходимых химических тестов, которые будут проводиться исключительно в сертифицированных лабораториях ЕС. Расходы на регистрацию украинские производители вынуждены будут закладывать в стоимость металлопродукции, что повысит ее себестоимость и снизит ценовую конкурентоспособность.

Помимо роста издержек на выпуск продукции, в связи с введением Регламента REACH возникает проблема конфиденциальности, так как в регистрационной заявке необходимо детально описать производственный процесс (составляющие, из которых производится продукция, их пропорции, что получается на выходе). Формально эти данные защищены договором конфиденциальности, но их соблюдение на практике может быть под вопросом.

Следующей угрозой на европейском металлорынке является наличие конкурентов, которые могут вытеснить украинских экспортеров за счет обладания собственными конкурентными преимуществами. Основными конкурентами в регионе для Украины выступают собственно европейские страны, Китай, Россия.

Преимуществами стран ЕС являются использование более прогрессивных и постоянно совершенствующихся техники и

нелегированной стали без покрытия	6951,8	7158,8	6828,3	22,34	157,5	400,5	572,4	12,90
Плоский прокат из железа или нелегированной стали холодной прокатки без покрытия	1074,1	1015,4	794,1	3,07	58,6	86,6	158,5	3,50

Окончание таблицы

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Плоский прокат из железа или нелегированной стали с покрытием	124,4	129,5	134,9	0,42	364,7	456,1	447,4	15,21
Прутки и бруски	5274,1	5153,6	4028,4	15,37	131,5	175,7	191,8	5,93
Уголки, фасонные и специальные профили из железа и нелегированной стали	1218,7	1597,7	1085,1	4,14	61,5	96,7	123,0	3,29
Проволока из железа и нелегированной стали	234,1	250,5	175,5	0,70	34,6	40,0	36,6	1,34
Изделия из нержавеющей стали	43,5	40,8	29,2	0,12	23,8	30,0	46,0	1,17
Изделия из другой легированной стали	1221,4	1127,4	887,1	3,44	250,2	440,3	409,1	12,98
Изделия из железа или стали для железнодорожных и трамвайных путей	69,0	72,3	84,7	0,24	3,1	11,7	10,1	0,29
Всего металлопродукции	31730,3	32318,0	29725,4	100	2317,6	2878,1	3184,4	100

* По данным Госкомстата Украины: www.ukrstat.gov.ua

Отличия состоят в том, что себестоимость российской металлопродукции ниже, чем украинской за счет обеспеченности собственными сырьевыми и энергетическими ресурсами (коксующийся уголь, ЖРС, природный газ, легирующие металлы), а также более успешного обновления металлургических мощностей.

Следует отметить, что Украина также в значительной степени обеспечена собственными рудными ресурсами (она располагает 20% мировых запасов железной руды, разведанные запасы составляют 68 млрд. т), однако их качество существенно уступает среднемировому: содержание железа на 3-4% ниже, влаги и кремнезёма –

на 1-2% больше, серы – на 0,5% выше [1; 143].

Низкие качественные показатели сырьевой продукции, не соответствующие принятым стандартам, в значительной степени влияют на конкурентоспособность метпредприятий и выпускаемой ими продукции. Известна следующая зависимость: чем ниже содержание железа магнитного в ЖРС, тем больше тепла требуется для выведения шлаков при производстве чугуна, также увеличивается расход кокса и газа при повышенном содержании серы и фосфора, что увеличивает издержки производства.

Ещё одним обстоятельством, которое снижало издержки металлопроизводителей и позволяло получать преимущества в

конкурентной борьбе, является мягкое экологическое законодательство, хотя металлургическое производство является одним из самых неэкологичных. В Украине вредные выбросы метпредприятий в городах их расположения колеблются в пределах от 50 до 70 % от общего количества.

Важность вопроса связана и с тем, что затраты на ликвидацию экологических последствий в 30-35 раз выше, чем на их предупреждение.

Однако с подписанием Украиной в феврале 2004 г. Киотского протокола, закрепляющего количественные обязательства стран по снижению выбросов парниковых газов в атмосферу, ситуация в скором времени изменится.

Цель таких ограничений – за 2008-2012 гг. снизить совокупный средний уровень выбросов шести типов газов, вызывающих парниковый эффект, на 5,2% по сравнению с уровнем 1990 г. Украина взяла на себя обязательство сохранить среднегодовые выбросы на уровне 1990 г. [2].

На сегодняшний день одним из основных направлений в области снижения экологической нагрузки являются проекты совместного осуществления, при которых иностранная компания принимает участие в модернизации производственных мощностей украинского предприятия, уменьшая объём его выбросов, сокращённые объёмы зачитываются инвестору в виде квоты. При этом необходимо проведение экологического аудита металлургических предприятий, в том числе за счёт их собственных средств.

Однако следует учитывать тот факт, что продажа Украиной квот сегодня заставит покупать их завтра, так как внедрение и окупаемость новых технологий не совпадают по времени с выполнением требований протокола.

Так же конкурентным преимуществом металлургии Украины, которое носит природный характер, является ее географическое положение.

Расположение между Европой и Азией, выход к Азовскому и Чёрному морям

позволяют налаживать торговые отношения со многими странами и облегчают транспортировку экспортной металлопродукции.

Хотя данное преимущество не потеряло и никогда не утратит своей актуальности, роль его значительно изменилась по причине стремительного технического прогресса. Новые коммуникационные технологии позволяют обмениваться всей необходимой информацией и совершать сделки в режиме реального времени, развитие транспортных средств даёт возможность доставлять товар в любую точку мира и импортировать сырьё и оборудование, несмотря на расстояние.

Рынок стран СНГ в общем объёме экспорта украинской металлопродукции в 2008 г. занимал 12,7%.

Данный рынок долгое время являлся и во многом продолжает оставаться для нашей страны традиционным по причине географической близости и наличия многолетних хозяйственных отношений. Однако за последние 5-6 лет конкуренция на нем значительно усилилась, в первую очередь, вследствие ускоренного инновационно-технологического развития металлургической промышленности в Российской Федерации, являющейся главным конкурентом Украины на металлоторжке СНГ.

Существенным ограничением на рынке СНГ является то, что большая часть импортируемой Украиной металлопродукции (плоский прокат с покрытием, изделия из легированной стали, продукты прямого восстановления железа) поставляется странами содружества (рис. 2). Доля России при этом составляет более 70%. Данное обстоятельство указывает на значительную зависимость отечественной металлургической промышленности в основном от одного поставщика и на отсутствие конкурентных преимуществ у отрасли в сегменте высококачественной металлопродукции.

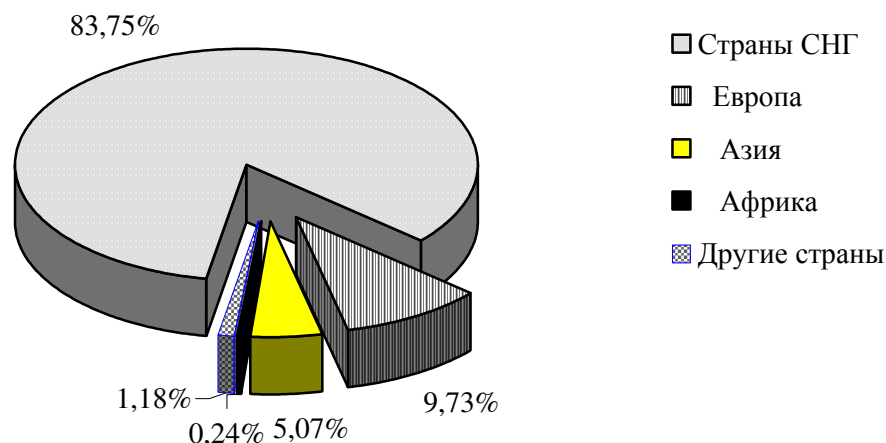


Рис. 2. Усредненная географическая структура импорта металлопродукции в Украину в среднем в 2006-2008 гг.

Одним из основных потребителей украинской металлопродукции являются страны Северной Африки, на которые приходится около 7% отечественного металлоэкспорта.

Емкость североафриканского рынка оценивается в 14-15 млн. т металлопродукции в год [3]. Это объясняется тем, что в регионе активно развивается строительство инфраструктурных проектов, жилья и торговых площадей.

Конкурентными преимуществами Украины на данном рынке являются:

- ориентация на экспорт полуфабрикатов (см. таблицу), необходимых для загрузки местных прокатных станков (в странах Северной Африки активное развитие металлургии началось 10-15 лет назад, поэтому там изначально использовались более новые оборудование и технологии);

- относительно низкая цена продукции;

- относительная географическая близость рынков сбыта с учетом выхода к портам Черного и Азовского морей.

Существенным ограничением для украинских экспортеров на металлургическом рынке стран Северной Африки является то, что в регионе не требуется отечественная продукция с большей степенью переработки. Другое ограничение заключается в доминирующем положении на данном рынке производителей Египта, чья металлургическая отрасль быстро развивается. По оценкам

ArcelorMittal и Ezz Steel, до 2011-2012 г. в стране планируется ввести предприятия суммарной мощностью 8 млн. т металлопродукции в год, что может не только покрыть внутренний спрос, но и значительно увеличить египетский экспорт, в первую очередь в территориально ближайшие страны.

В других странах региона (Алжир, Ливия, Тунис, Марокко) национальная металлургия только развивается, и они более чем на 50% зависят от импорта металлопродукции. Поэтому здесь украинские металлурги имеют возможность удержать и даже расширить рынки сбыта в связи с продолжающейся, несмотря на кризис, реализацией финансируемых правительством этих стран инфраструктурных проектов.

Основными конкурентами на североафриканском рынке для Украины являются Россия, Китай, Турция и Саудовская Аравия.

Преимущества России и КНР остаются теми же, что и на европейском рынке. Гораздо более существенную угрозу представляют собой Турция и Саудовская Аравия, в первую очередь, вследствие культурной (например, сезонные спады производства и потребления во время празднования Рамадана) и географической близости регионов. В число преимуществ турецких экспортеров также входит отсутствие ввозной пошлины при поставках

продукции (полуфабрикаты и конструкционная сталь) в Египет.

Относительно стабильным для Украины являлся ближневосточный металлургический рынок (в 2008 г. в структуре украинского экспорта он занимал около 32%), емкость которого составляет от 40 до 50 млн. т стали в год.

Основное ограничение на данном рынке для отечественных экспортеров состоит в возможном снижении спроса на металлопродукцию вследствие приостановки или отмены реализации ряда крупных инфраструктурных проектов из-за падения на мировом рынке цен на углеводороды, поступления от экспорта которых составляют главный инвестиционный ресурс экономик стран региона.

На Ближнем Востоке существует спрос только на полуфабрикаты (как и в странах ЕС и Северной Африки) и металлопродукцию строительного сортамента украинского производства.

По технико-технологическим параметрам развития отрасли металлургическая промышленность Украины также значительно отстает от метпредприятий региона, вследствие того, что при активизации ее развития ближневосточные производители внедряли современные способы выплавки и разливки стали с использованием новых прокатных станов.

Основными конкурентами отечественных экспортеров на данном рынке являются страны самого Ближнего Востока (Иран, Турция, Саудовская Аравия), Китай, Россия, Египет. Их преимуществами по сравнению с Украиной являются в основном более низкие издержки производства, более высокое качество металлопродукции, географическая близость рынков сбыта и этнокультурные особенности.

Рынок стран Юго-Восточной Азии, который до 2007 г. являлся традиционным для украинских экспортеров, оказался практически закрыт. Увеличение поставок в регион в период кризиса (на 5,7% в 2008 г.) было связано не с действием конкурентных преимуществ отечественных

метпредприятий (хотя частично этому и способствовало снижение себестоимости нашей металлопродукции за счет введения соответствующих государственных мер), а с политикой Китая – главного конкурента на этом рынке, – направленной на сокращение перепроизводства продукции в стране и использование кризисного периода для переориентации на выпуск высококачественных изделий.

Другими конкурентами украинских поставщиков на рынке ЮВА является Япония, Южная Корея, Индия. Преимущества последней состоят в более низкой, чем в Украине, себестоимости продукции (в первую очередь, за счет очень низкой оплаты труда – менее 1 дол./час, в Украине – около 1,5 дол./час.), обеспеченности сырьем, географической близости к рынкам сбыта и поставках металлопродукции с низкой степенью переработки.

Преимущества Японии и Южной Кореи состоят, главным образом, в широком ассортименте высококачественной готовой продукции, поставляемой как в страны региона, так и на другие рынки.

Следовательно, украинские экспортеры не имеют конкурентных преимуществ, позволяющих им упрочить или просто сохранить свои позиции на рынке стран ЮВА. Поставки сюда могут происходить только под влиянием конъюнктурных изменений и не являются прогнозируемыми.

Таким образом, традиционные конкурентные преимущества металлургии Украины, которыми являются относительно низкие цены на металлопродукцию, мягкое экологическое законодательство, наличие рудных ресурсов, выгодное географическое положение и специализация на выпуске полуфабрикатов, нетехнологичные, основаны, главным образом, на факторных условиях и уже в среднесрочной перспективе могут стать ограничениями для развития отрасли.

Дальнейшее использование данных преимуществ может привести к изменению географической структуры экспорта

украинской металлопродукции с уменьшением поставок, в первую очередь, на рынки стран ЕС и СНГ, вследствие упрочения на них конкурентных позиций Китая и России.

Во избежание подобной ситуации представляется необходимым: повышение качества и расширение выпуска металлопродукции с большей добавленной стоимостью, большая дифференциация рынков сбыта отечественной металлопродукции и увеличение внутреннего потребления металлопродукции, в том числе высококачественной.

Литература

1. Варава Л.Н. Стратегическое управление горнодобывающими предприятиями: моногр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – 356 с.
2. Газовый кнут, киотский пряник [Электронный ресурс] // Эксперт Украина. – Режим доступа к статье. – www.expert.ua/print/83/58/2866. – Загл. с экрана.
3. Карпенко Г. Африка: перспективы для украинских металлургов [Электронный ресурс] / Украинская горно-металлургическая компания, 2008. – Режим доступа к статье: <http://www.ugmk.info/print?php/art/1225899508.html>. – Загл. с экрана.
4. Код доступа к Европе. Внешняя торговля [Электронный ресурс] // Эксперт Украина. – 2008. – № 5 (150). – 4 февр. – Режим доступа к статье: <http://www.expert.ua/articles/7/0/5012/>. – Загл. с экрана.
5. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Е. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
6. Лепа Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н.Н. Лепа. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд.», 2003. – 296 с.
7. Металлургия Китая: «итоги торможения» (Часть I) [Электронный ресурс]. Аналитическая группа «MetalTorg.Ru», 2008. – Режим доступа к статье: <http://www.metaltorg.ru/analytics/black?id=400>. – Загл. с экрана.
8. Металлургия Китая: «итоги торможения» (Часть II) [Электронный ресурс]. Аналитическая группа «MetalTorg.Ru», 2008. – Режим доступа к статье: <http://www.metaltorg.ru/analytics/black?id=403>. – Загл. с экрана.
9. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
10. Фаминский И.П. Факторы конкурентоспособности и пути её повышения // Конкурентоспособность и модернизация экономики: В 2-х кн. / Отв. ред. Е.Г. Ясин. Кн. 2. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – С. 291-306.
11. Dunning J.H. The Globalization of Business: the challenge of the 1990s. – N.Y.: Routledge, 1993. – 467 p.
12. Enright M.J. The Geographical Scope of Competitiveness Advantage // Stuck in the Region? Changing scales for regional identity / Edited by E. Dirven, J. Groenewegen and S. van Hoof. Utrecht, 1993. – P. 87-102.
13. Enright M.J. Why Clusters are the Way to Win the Game? // World Link. – № 5, July/August, 1992. – P. 24-25.
14. Narula R. Technology, International Business and Porter's "Diamond": Synthesizing a Dynamics Competitive Development Model // Management International Review, Special Issue, vol. 33, 1993: 2. – P. 85-107.
15. Reinert E.S. Catching-up from Way Behind – a Third World Perspective on First World History // Catching-up, Foreign Ahead and Falling Behind. On the Dynamics of Technology, Trade and Growth / Edited by L. Fagerberg et. al. L.: Edward Elgar, 1994. – P. 168-197.