

ВОЗМОЖНОСТИ ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ТОВАРОВ

Е.В. Поповская, канд. экон. наук,
Государственный университет - Высшая школа экономики

Конкурентоспособность российской экономики, российских компаний и российских товаров - одна из центральных проблем экономической политики. Задача достижения высокой конкурентоспособности отечественных товаров является в настоящее время масштабной национальной задачей, решение которой обеспечит эффективное экономическое развитие страны.

Конкурентоспособность отечественных товаров во многом определяется потенциалом российских производителей по выпуску этой продукции. Поэтому оценка конкурентоспособности товаров должна основываться на анализе совокупности показателей, определяющих конкурентоспособность и характеризующих деятельность предприятий - производителей продукции. Оценка конкурентоспособности товаров отечественного производства на внутреннем рынке возможна при выполнении следующих условий:

- определены продуктовые и географические границы товарных рынков;
- определена система показателей, позволяющих оценить конкурентоспособность товаров;
- сформирована информационная база, дающая возможность производить оценки конкурентоспособности товаров.

Информационная база должна формироваться в первую очередь на основе показателей статистической и финансовой отчетности предприятий, аккумулируемых в системе государственной статистики, что позволит обеспечить актуальность и регулярность используемых данных. В перспективе база может быть дополнена информацией, собираемой одновременно в рамках специальных обследований предприятий по проблематике конкурентоспособности и отражающей как количественные, так и качественные характеристики их деятельности.

В настоящее время основная задача государственной статистики состоит в обеспечении потребностей органов государственной власти и управления в статистических данных о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных явлениях на макроуровне. Исходя из этого, разработана технология сбора, обработки, хранения первичной информации и формируемых на ее основе сводных (агрегированных) результатов: периодичность сбора статистической отчетности, методы сбора информации (сплошное или выборочное наблюдение), место хранения первичной информации

(территориальные органы статистики, вычислительный центр или сервер Росстата).

Для оценки конкурентоспособности отечественных товаров необходимо в первую очередь провести анализ информационных источников, их доступности и оценить возможности «приспособить» существующие статистические показатели для определения потенциала российских предприятий по производству конкурентоспособных товаров. Анализ существующей системы показателей должен дать ответы на следующие вопросы:

- позволяет ли информационная статистическая база оценить емкость рынка для каждого товара;
- возможно ли получение информации о производстве отдельного товара или статистика дает сведения только по агрегированным видам деятельности;
- являются ли показатели статистической отчетности предприятий и организаций достаточной информационной базой для характеристики конкурентоспособности товаров.

Первым шагом оценки конкурентоспособности товаров отечественных производителей на внутреннем рынке является определение емкости и структуры рынка (доли экспорта, импорта отечественных товаров, промежуточного потребления). Какой информацией располагает статистика для этих расчетов?

Сведения о производстве продукции (в натуральных единицах) формируются на основе форм статистического наблюдения № 1-натура и № 1-натура (годовая). По этим формам отчитываются крупные и средние предприятия в ежемесячном (форма № 1-натура) и ежегодном режиме [форма № 1-натура (годовая)]. В ежемесячном режиме собираются сведения о производстве 1000 наименований продукции и более расширенный перечень продукции - 6449 наименований собирается ежегодно. На основе ежегодной отчетности на федеральном уровне формируется база данных по каждому отчитывавшемуся предприятию, которая содержит показатели «отгружено в натуральном выражении» и «отгружено в стоимостном выражении» по каждому виду продукции. На основе информации, содержащейся в базе данных, можно оценить объем производства (в натуральном выражении) и среднюю стоимость отдельных видов продукции отечественных товаропроизводителей.

Существенным *ограничением*, которое накладывает статистика, является то, что объем (емкость) рынка мож-

но определить только для незначительного количества товаров (50 товаров). Это обусловлено тем, что в настоящее время фактически отсутствует статистика промежуточного потребления и организация регулярного статистического наблюдения за этим процессом находится на стадии разработки. Таким образом, показатель «промежуточное потребление» может быть сформирован только для отдельных товаров или товарных групп, для которых статистика располагает соответствующей информацией. Кроме того, при формировании показателей «производство» и «импорт» в соответствии с разработанной Росстатом методологией проводятся досчеты (на ненаблюдаемую экономику - производство индивидуальными предпринимателями, на теневое производство, на неучтенный импорт) и, используя систему переходных кодов, осуществляется перегруппировка и перерасчет импорта и экспорта. Применение системы переходных кодов необходимо в связи с тем, что товарные группы, сформированные на основе Классификатора внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД), не могут быть использованы при расчете баланса товарных ресурсов, так как «производство» и «промежуточное потребление» формируются на основе классификатора, применяемого в России (Классификатор продукции - ОКП), структура которого существенно отличается от ТН ВЭД. Росстат, используя балансовый метод, проводит формирование баланса товарных ресурсов преимущественно в границах продукции потребительского назначения. Однако на современном этапе важными являются не только товары массового спроса, но и продукция производственно-технического назначения, которая в балансах представлена тремя группами товаров (удобрения минеральные, бумага газетная, лесоматериалы круглые). На сегодняшний день в балансах товарных ресурсов не представлены инвестиционные товары, сведения о которых могли бы быть интересны не только для оценки конкурентоспособности отечественного производства соответствующих товаров, но и для определения возможности повышения конкурентоспособности продукции конечного потребления, выпускаемой с использованием данных инвестиционных товаров, а также возможности использования производственного и технологического потенциала отечественной экономики.

Исходной информацией для балансов товарных ресурсов, формируемых методом товарных потоков, является текущая статистическая отчетность:

- форма статистической отчетности о производстве (форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров»). Учитывая, что данную форму статистической отчетности представляют только крупные и средние предприятия, при построении балансов проводится досчет производства на полный круг (малые предприятия), на ненаблюдаемую экономику (индивидуальные предприниматели), а также на теневую экономику;

- формы статистической отчетности о запасах товаров у производителей, потребителей, оптовых посреднических предприятий;

- сведения об экспорте товаров в страны дальнего и

ближнего зарубежья (формы статистической отчетности и данные таможенной статистики);

- сведения об импорте товаров из стран дальнего и ближнего зарубежья (по данным таможенной статистики с привлечением экспертных оценок).

Кроме того, по каждой товарной группе производится сопоставление входящих в нее товарных позиций по классификатору ОКП с товарными позициями импорта по классификатору ТН ВЭД и отбор аналогичных позиций. Это позволяет максимально достоверно рассчитать импорт по конкретной товарной группе и нивелировать проблему несовпадения указанных классификаторов. По товарным рынкам, для которых рассчитаны балансы товарных ресурсов, можно оценить объем внутреннего рынка (производство \pm прирост запасов – экспорт + импорт), долю на внутреннем рынке отечественных и импортных товаров.

Таким образом, в настоящее время для анализа конкурентоспособности могут использоваться только те товары, для которых формируются балансы товарных ресурсов. Оценка конкурентоспособности для товаров (товарных групп), по которым не составлены балансы товарных ресурсов, в настоящее время затруднена вследствие отсутствия информационной базы, позволяющей оценить объем рынка.

После отбора товаров (из тех, для которых сформированы балансы товарных ресурсов) *следующим шагом должен стать анализ показателей производства этого товара*, для того чтобы оценить производственный потенциал выпуска конкурентоспособной продукции. И на этом этапе анализа система организации официальной статистики снова вносит ряд ограничений.

Первое ограничение связано с состоянием кодировки видов экономической деятельности при использовании нового классификатора ОКВЭД. Начиная с 2005 г. в российской государственной статистике осуществлен переход к использованию нового, гармонизированного с международными учетными стандартами, Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) вместо действовавшего ранее Общесоюзного классификатора отраслей народного хозяйства (ОКОНХ). Код вида экономической деятельности может включать максимально шесть знаков, что позволяет детализировать обрабатывающие производства до производства отдельных товаров. Однако реально в настоящее время только незначительная часть видов деятельности имеет такой код, основная же часть видов деятельности имеет укрупненные коды и соответственно характеризует производство не отдельных товаров, а товарных групп.

Пример 1. На первом этапе анализа конкурентоспособности отобран товар - обувь, для которого рассчитывается баланс товарных ресурсов. В соответствии с классификатором ОКВЭД в настоящее время такой вид деятельности, как «производство обуви», имеет только трехзначный (агрегированный) код, что означает, что отобранный нами товар входит в укрупненную группировку, объединяющую производство обуви любого назначения (включая спортивную), из любого материала с использо-

ванием различных технологий; кроме того, в эту группу включено также производство гетр, краг и аналогичных изделий из любого материала (кожи, ткани, войлока и трикотажа), и производство деталей обуви (подошв, стелек, каблучков и т. д.). Таким образом, «производство обуви» - это производство товарной группы, которая объединяет всю обувную продукцию за исключением ортопедической обуви и ботинок с прикрепленными коньками (в том числе и роликовыми). Характеристика и оценка производственного потенциала такой группы могут служить лишь ориентиром, но не являются достаточными для оценки рынка обуви.

Второе ограничение связано с требованиями экономической безопасности.

Пример 2. На первом этапе отобран товар - цветные телевизоры (исходя из наличия разрабатываемых балансов товарных ресурсов). Показатели производства можно получить для товарной группы, закодированной пятизначным кодом и объединяющей телевизоры цветного и черно-белого изображения. Однако все показатели по этой позиции являются «закрытыми» и соответственно не могут быть предоставлены потребителям, не имеющим официально оформленного допуска к работе с такого рода информацией. Для открытого доступа предоставляется только агрегированная информация - «производство аппаратуры для радио, телевидения и связи», включающая производство:

- электро- и радиоэлементов, вакуумных приборов;

- передающей аппаратуры, аппаратуры для проводной телефонной и телеграфной связи;

- аппаратуры для приема, записи и воспроизведения звука и изображения;

- микрофонов, громкоговорителей, наушников, приемной аппаратуры для радиотелефонной и радиотелеграфной связи;

- частей звукозаписывающей и звуковоспроизводящей аппаратуры и видеоаппаратуры;

- а также предоставление услуг по монтажу, ремонту и техническому обслуживанию профессиональной радио-, телевизионной, звукозаписывающей и звуковоспроизводящей аппаратуры.

Очевидно, что такая информация не дает представления о производстве отобранного товара - цветных телевизоров.

Таким образом, открытая статистическая информация представляет собой информацию о производстве товарных групп с высокой степенью агрегирования. Она не может быть использована для оценки производственного потенциала выпуска конкретных товаров, но позволяет проанализировать товарные группы, сопоставить показатели, характеризующие их производство, и выделить те виды деятельности, которые имеют более высокий (или самый низкий) фактор конкурентоспособности. Для проведения такого анализа необходимо разработать ряд аналитических таблиц, формируемых статистикой на основе ОКВЭД о производстве товарных групп.

Таблица 1

Анализ видов деятельности по факторам конкурентоспособности

№ п/п	Наименование вида деятельности (производство товарной группы)	Код ОКВЭД	Показатели оценки потенциала отечественных производителей (P)						Сумма рангов (ΣR) показателей для каждого вида деятельности
			P ₁		P ₂		P _j		
			значение	ранг (R ₁)	значение	ранг (R ₂)	значение	ранг (R _j)	
1	Производство обуви	19.30	P ₁₁	R ₁₁	P ₁₂	R ₁₂	P _{1j}	R _{1j}	R ₁
2	Производство аппара- туры для радио, теле- видения и связи	32	P ₂₁	R ₂₁	P ₂₂	R ₂₂	P _{2j}	R _{2j}	R ₂
3			P ₃₁	R ₃₁	P ₃₂	R ₃₂	P _{3j}	R _{3j}	R ₃
i			P _{i1}	R _{i1}	P _{i2}	R _{i2}	P _{ij}	R _{ij}	R _i

Для каждого внесенного в таблицу вида деятельности (от 1 до i) рассчитываются показатели, на основе которых оценивается потенциал отечественных производителей (показатели P₁ - P_j). В зависимости от величины значения показателя ему присваиваются ранги (R₁₁ - R_{i1} для показателя P₁ и R_{1j} - R_{ij} для j-го показателя). Для каждого вида деятельности определяется суммарный ранг ΣR как сумма рангов показателей, на основе которого представляется оценка потенциала отечественных производителей.

Для первого вида деятельности:

$$\Sigma R_1 = R_{11} + R_{12} + \dots + R_{1j}.$$

Для i-го вида деятельности:

$$\Sigma R_i = R_{i1} + R_{i2} + \dots + R_{ij}.$$

В зависимости от цели анализа выделяются группы,

имеющие наибольшие или наименьшие значения суммарного ранга (ΣR).

Пример 3. На условном примере показан алгоритм формирования оценки потенциала отечественных производителей (по видам экономической деятельности). Для примера количество показателей ограничено только двумя - объем продаж и прибыль от реализации продукции (см. таблицу 2).

Для рассмотренных в примере товарных групп наибольшим потенциалом (по суммарной оценке) обладает производство товарной группы А, наименьшим - товарной группы Г.

Для более детальной характеристики выделенных видов деятельности внутри каждого вида деятельности необходимо сформировать интегрированную информацион-

Таблица 2

№ п/п	Наименование вида деятельности (производство товарной группы)	Код ОКВЭД	Показатели оценки потенциала отечественных производителей				Сумма рангов (ΣR) показателей для каждого вида деятельности	Ранг вида деятельности
			объем продаж, тыс. рублей		прибыль от реализации продукции, тыс. рублей			
			значение	ранг (R ₁)	значение	ранг (R ₂)		
1	Производство товарной группы А		185, 3	5	15,0	4	9	5
2	Производство товарной группы Б		150,0	3	22,7	5	8	4
3	Производство товарной группы В		170,0	4	0,5	2,5	6,5	3
4	Производство товарной группы Г		5,0	1	0,1	1	2	1
5	Производство товарной группы Д		12,3	2	0,5	2,5	4,5	2

ную базу пообъектных данных предприятий. Цель такого анализа - формирование групп предприятий, ранжированных по показателям конкурентоспособности, и оценка размеров этих групп. Такой подход позволит оценить потенциал отечественных производителей по производству товаров, конкурентоспособных на внутреннем рынке (с учетом всех показателей, отражающих факторы конкурентоспособности товаров, и рангов этих факторов). Вели-

чина прироста значения статистического показателя, по которому будет произведена группировка предприятий, может определяться в зависимости от размаха варьирующих признаков (максимальное значение признака - минимальное значение признака) и количества предприятий, производящих данную товарную группу, или определяться экспертно. Результаты анализа представляются в виде аналитической таблицы (см. таблицу 3).

Таблица 3

Алгоритм анализа предприятий - производителей товарной группы

№ п/п	Наименование вида деятельности (производство товарной группы)	Код ОКВЭД	Границы отклонения показателя от среднего значения, в %	Показатели оценки потенциала отечественных производителей (Р)						
				P_1			P_j			ΣR
				среднее значение показателя для группы в целом	доля предприятий в кластере, в %	R_1	среднее значение показателя для группы в целом	доля предприятий в кластере, в %	R_j	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Товарная группа (выделенная по результатам анализа на первом этапе)		0-20	P_{11}	d_{11}	r_{11}	P_{1j}	d_{j1}	r_{j1}	R_{11}
			20-40		d_{12}	r_{12}		d_{j2}	r_{j2}	R_{12}
			40-60		d_{13}	r_{13}		d_{j3}	r_{j3}	R_{13}
			60-80		d_{14}	r_{14}		d_{j4}	r_{j4}	R_{14}
			80-100		d_{15}	r_{15}		d_{j5}	r_{j5}	R_{15}
			более 100		d_{16}	r_{16}		d_{j6}	r_{j6}	R_{16}
			0-(-20)		d_{17}	r_{17}		d_{j7}	r_{j7}	R_{17}
			(-20)-(-40)		d_{18}	r_{18}		d_{j8}	r_{j8}	R_{18}
			(-40)-(-60)		d_{19}	r_{19}		d_{j9}	r_{j9}	R_{19}
			(-60)-(-80)		d_{110}	r_{110}		d_{j10}	r_{j10}	R_{110}
			(-80)-(-100)		d_{111}	r_{111}		d_{j11}	r_{j11}	R_{111}
			свыше -100		d_{112}	r_{112}		d_{j12}	r_{j12}	R_{112}

Для каждого из отобранных видов деятельности проводится группировка предприятий в зависимости от величины отклонения фактического значения показателя от его среднего значения. В графу (6) в первую строку вносится доля от общего количества предприятий, для которых фактическое значение показателя превышает его среднее не более чем на 20%; следующая строка - это доля

предприятий, для которых фактическое значение показателя превышает среднее на 20-40%, и т. д. В зависимости от доли предприятий в каждой группе ей присваивается определенный ранг (например, $r_{11} - r_{112}$). Общий ранг для каждой группы предприятий (R) может быть получен суммированием рангов $r_{11} - r_{j1}$. Группировка предприятий по признаку «отклонение показателей от среднего значения

для товарной группы» и ранжирование факторов конкурентоспособности для каждой группы предприятий позволят оценить потенциал отечественных производителей по производству товаров, конкурентоспособных на внутреннем рынке.

Формирование групп (по заданным экспертами границам) на базе статистической информации может проводиться только специалистами Росстата. Это обусловлено в первую очередь действующим законодательством, регулирующим взаимоотношения в области статистики. В Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации» определен принцип конфиденциальности, в соответствии с которым статистическая информация может представляться пользователям только в обобщенном виде и не допускается представление пообъектных данных. Исключения составляют лишь Счетная палата, Прокуратура и Таможенная служба, по запросам которых Росстат представляет информацию, в том числе и конфиденциальную.

«Открытой» информацией в настоящее время является только бухгалтерская отчетность предприятий, и возможности анализа ограничены, таким образом, показателями бухгалтерских балансов, которые могут ис-

пользоваться экспертами для оценки производственного потенциала выпуска конкретных товаров. При использовании исходной информации из Базы данных бухгалтерской отчетности (БД БОО) нужно иметь в виду, что она содержит неполные сведения, так как в эту базу включены только те предприятия, которые помимо налоговых органов сдают бухгалтерскую отчетность и в органы статистики. БД БОО, которую ведет Росстат, существенно меньше по количеству объектов, чем база налоговых органов, и меньше, чем базы, сформированные по данным статистической отчетности предприятий. Это связано с тем, что до настоящего времени не налажен информационный обмен и сверка баз данных Росстата и МНС. Кроме того, БД БОО и статистические базы отличаются не только по количеству объектов, но и по алгоритму формирования видов деятельности. Статистическая отчетность позволяет учесть многопрофильность предприятий и сформировать «чистые» виды деятельности.

В зависимости от «доступности» статистической (или бухгалтерской) отчетности возможны две схемы анализа производственного потенциала выпуска продукции (см. рис. 1 и рис. 2).

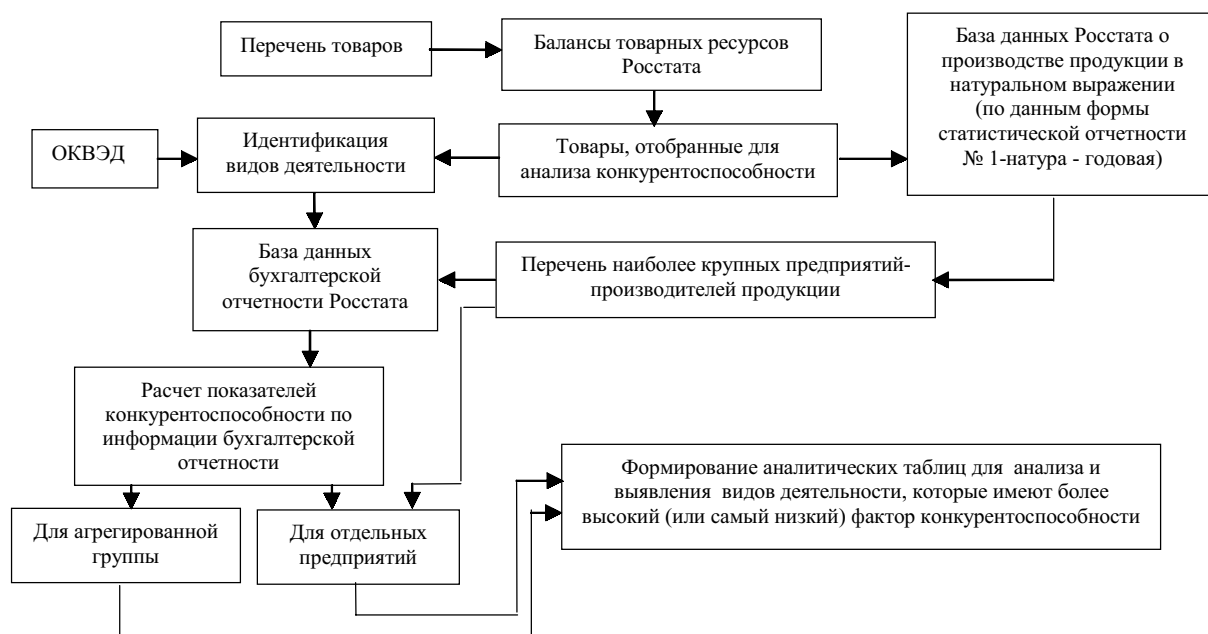


Рис. 1. Схема анализа конкурентоспособности производителей на базе бухгалтерской отчетности предприятий

БД БОО ведется на федеральном уровне и может быть доступна в оперативном режиме для пользователей. Информация БД БОО служит в основном для оценки финансового положения предприятий, что является только одним из факторов конкурентоспособности. Возможности статистики значительно шире, но для расчетов показателей конкурентоспособности и анализа потенциала отечественных производителей по производству товаров, конкурентоспособных на внутреннем рынке, необходимо формирование и ведение специальной интегрированной базы, в которой для каждого предприятия из разных форм

отчетности была бы сформирована система статистических показателей, необходимых для расчета показателей конкурентоспособности.

Базы данных статистической отчетности, указанные на рис. 2, ведутся на федеральном уровне и размещены или в вычислительном центре Росстата, или в Росстате (База пообъектных данных структурных обследований крупных и средних предприятий). Исключение составляют База данных о наличии и движении основных фондов, База данных по иностранным инвестициям и База данных о производственных мощностях, которые на феде-

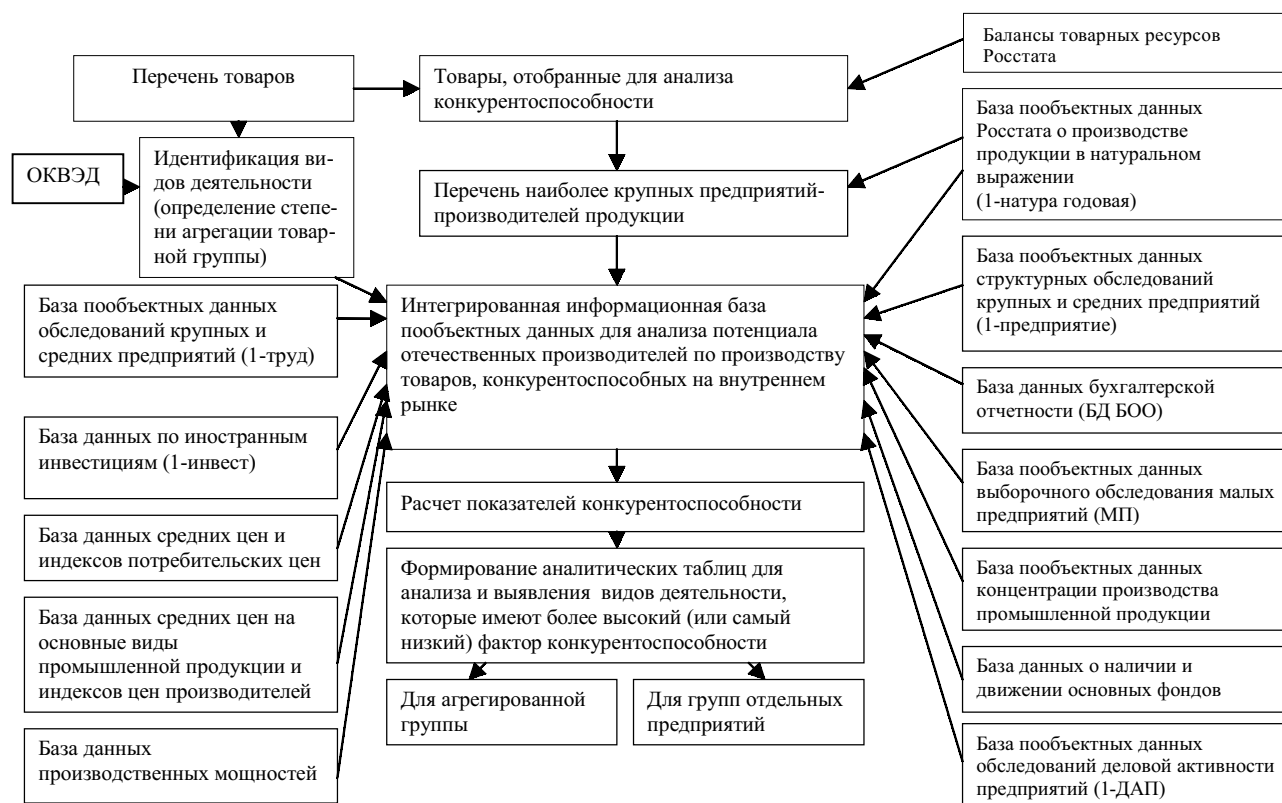


Рис. 2. Схема анализа конкурентоспособности производителей на базе статистической отчетности предприятий

ральном уровне имеют только сводные итоги по регионам, а пообъектные данные хранятся в территориальных структурах Росстата.

Оценка потенциала российских предприятий по производству конкурентоспособных товаров сводится к расчету системы показателей конкурентоспособности, формированию групп предприятий, ранжированных по показателям конкурентоспособности, и оценке размеров этих групп. Поэтому необходимо проанализировать, какие из показателей конкурентоспособности могут быть рассчитаны на базе статистических данных, а какие - требуют проведения специальных обследований для сбора недостающей информации.

Общая система показателей должна быть объединена

в девять блоков:

1. Экономический потенциал;
2. Эффективность деятельности;
3. Производственный и сбытовой потенциал;
4. Научно-исследовательский потенциал и степень его реализации; инновационная деятельность;
5. Финансовое положение предприятия;
6. Наличие квалифицированных трудовых ресурсов;
7. Репутация фирмы и ее рыночная стратегия;
8. Местоположение фирмы;
9. Экологичность производства и продукции.

В таблице 4 проанализированы возможности официальной статистики для расчета показателей конкурентоспособности.

Таблица 4

Анализ полноты информации, формируемой официальной статистикой и используемой для расчета показателей конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности	Показатели	Источники статистической информации для расчета показателей конкурентоспособности	Примечание
I. Экономический потенциал	1. Стоимость активов	БД БОО (суммарная стоимость внеоборотных и оборотных активов)	Совместным приказом Госкомстата России и Минфина России определен перечень показателей годовой бухгалтерской отчетности организаций (174 показателя), данные по которым подлежат обработке в органах государственной статистики. В этот перечень включены показатели, которые позволяют оценить стоимость активов по каждому предприятию и в целом для каждой выделенной товарной группы
	2. Стоимость основного капитала	БД БОО	Обрабатывается в органах государственной статистики

Факторы конкурентоспособности	Показатели	Источники статистической информации для расчета показателей конкурентоспособности	Примечание
	3. Доля собственного и заемного капитала	БД БОО	Обрабатывается в органах государственной статистики
II. Эффективность деятельности	1. Объем продаж и его динамика в целом и по отдельным видам продукции	Может быть использован показатель «отгружено товаров собственного производства (включая НДС и акцизы)» для крупных и средних предприятий (показатель формы статистической отчетности № 1-предприятие) и показатель «выпуск продукции» - для малых предприятий	По форме статистической отчетности № 1-предприятие отчитываются крупные и средние предприятия с ежегодной периодичностью. Форма статистической отчетности № 1-предприятие позволяет получить этот показатель для предприятия в целом. По каждому виду деятельности, которым занималось предприятие в отчетном году, формируется показатель «выпуск товаров и услуг» (раздел VIII «виды экономической деятельности»). Для малых предприятий может быть использован показатель формы № МП «выпуск продукции», предполагая, что малые предприятия выпускают только ту продукцию, которая может быть реализована непосредственно после ее производства
	2. Доля предприятия на рынке (в целом - в стоимостном выражении; по отдельным видам продукции - в стоимостном и натуральном выражении): а) данного региона; б) других регионов России	База пообъектных данных концентрации производства промышленной продукции	В Госкомстате России разработан алгоритм расчета концентрации производства промышленной продукции и доли предприятия в производстве продукции (в стоимостном и натуральном выражении). Расчет может быть произведен для России в целом, для отдельного региона и группы регионов. При определении доли предприятия в производстве продукции учитывается только продукция, произведенная предприятием на территории РФ. Если предприятие размещает производство собственной продукции за рубежом, а затем ввозит ее на территорию РФ, то она не включается в общий объем производства и не учитывается при расчете доли предприятия. Расчет доли предприятия на рынке определенного товара не осуществляется в связи с отсутствием данных об объеме (емкости) рынка для всей номенклатуры товаров. Балансы товарных ресурсов рассчитываются для ограниченного количества товаров
	3. Доля экспорта в общем объеме производства (в целом и по отдельным видам продукции)	Ежемесячная форма статистической отчетности № П-1	В объем экспорта включается только та продукция, которую предприятие самостоятельно экспортирует. Если продукция передается другой организации, которая затем осуществляет экспорт, то в показатель «экспорт продукции» данного предприятия она не включается
	4. Уровень производительности труда и его динамика	Показатель Росстатом не рассчитывается	
	5. Фондоотдача и ее динамика	БД БОО	Фондоотдача может быть рассчитана по данным бухгалтерской отчетности
III. Производственный и сбытовой потенциал	1. Среднегодовая мощность по производству основных видов продукции	Годовая форма статистической отчетности о загрузке мощностей	Сведения собираются о мощностях, используемых для производства ограниченного перечня продукции. Данные формируются по регионам, а в агрегированном (сводном) виде поступают в Росстат. Пообъектная база отчетов предприятий хранится в территориальных структурах Росстата
	2. Наличие торговых площадей и складских помещений	Для предприятий-производителей Росстатом показатель не формируется	
	3. Уровень использования производственных мощностей по отдельным видам продукции	Данные статистической отчетности формы № ДАП-1	Для оценки загрузки производственных мощностей используется шкала с шагом 10, начиная со значения 30%
	4. Коэффициент обновления основных фондов	База данных о наличии и движении основных фондов	
	5. Объем и направления капитальных вложений	База данных о наличии и движении основных фондов	

Факторы конкурентоспособности	Показатели	Источники статистической информации для расчета показателей конкурентоспособности	Примечание
	6. Структура капиталовложений по источникам финансирования с выделением собственных и заемных средств, иностранных инвестиций	База данных о наличии и движении основных фондов База данных по иностранным инвестициям	
IV. Научно-исследовательский потенциал и степень его реализации; инновационная деятельность	1. Ежегодные расходы на НИОКР	БД БОО	Обрабатывается в органах государственной статистики
	2. Число патентов и изобретений	Показатель Росстатом не рассчитывается	
	3. Число внедренных в производство образцов новых видов продукции, соответствующих лучшим отечественным и мировым стандартам	Показатель Росстатом не рассчитывается	
	4. Уровень механизации и автоматизации	Показатель Росстатом не рассчитывается	
V. Финансовое положение предприятия	1. Прибыль от реализации продукции, работ, услуг	БД БОО	
	2. Рентабельность продукции	БД БОО	Расчетные показатели на основе показателей бухгалтерской отчетности
	3. Показатели платежеспособности предприятия	БД БОО	Расчетные показатели на основе показателей бухгалтерской отчетности: - коэффициент текущей ликвидности; - коэффициент автономии
	4. Показатели финансовой устойчивости предприятия	БД БОО	Расчетные показатели на основе показателей бухгалтерской отчетности: - соотношение заемных и собственных средств; - коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами
	5. Показатели структуры и использования оборотных средств	БД БОО	
VI. Наличие квалифицированных трудовых ресурсов	1. Среднесписочная численность работников и ее динамика	Годовая форма статистической отчетности № 1-труд	
	2. Коэффициенты оборота по приему и увольнению	Годовая форма статистической отчетности № 1-труд	
	3. Доля работников, имеющих высшее и среднее образование	Годовая форма статистической отчетности № 1-труд	
	4. Доля работников, прошедших повышение квалификации и переподготовку за последние три года	Показатель Росстатом не формируется	
VII. Репутация фирмы и ее рыночная стратегия	1. Качественные показатели, получаемые в результате анкетирования руководителей предприятий	Данные статистической отчетности формы № ДАП-1	Росстат, начиная с июля 1997 г., проводит ежемесячные выборочные обследования деловой активности промышленных организаций. Программа обследования основывается на опросе и обобщении мнений руководителей об основных направлениях деятельности предприятий. Цель обследований - оперативное получение данных о краткосрочных экономических изменениях, мониторинг экономической активности промышленных предприятий. В отличие от традиционной статистики обследование деловой активности основано на изучении общественного мнения. Собранная информация является качественной по своему характеру и отражает фактически сложившуюся ситуацию, а также прогноз на ближайшую перспективу. Такой тип информации более приемлем для руководителей предприятий, так как ответы не основаны на точных

Факторы конкурентоспособности	Показатели	Источники статистической информации для расчета показателей конкурентоспособности	Примечание
			данных и могут быть представлены в более короткие сроки. В отличие от традиционной статистики, обследования деловой активности обобщают более широкий диапазон информации, включая оценки факторов, ограничивающих рост производства, оценки общей экономической ситуации. Начиная с 2006 г. форма № ДАП-1 дополнена блоком показателей для оценки конкурентоспособности предприятий. Система показателей предложена ФАС. В опросе участвует 850 крупных и средних предприятий (ежемесячно) и около 4,0 тыс. малых предприятий
	2. Уровень динамики цен на основные виды продукции	База данных средних цен на основные виды промышленной продукции и индексов цен производителей База данных средних цен и индексов потребительских цен	Средние цены и индексы цен рассчитываются на отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров, а также средние цены на отдельные виды продукции производителей. Кроме этого, рассчитываются индексы цен производителей по отраслям промышленности. При расчете средних цен на потребительские товары импортные и отечественные товары не разделяются
VIII. Местоположение фирмы	1. Качественные показатели, получаемые экспертным путем		
IX. Экологичность производства и продукции	1. Показатели внедрения малоотходных и безотходных технологий	Показатель Росстатом не формируется	
	2. Затраты на охрану окружающей среды и их доля в общей сумме затрат на производство	Показатель Росстатом не формируется	
	3. Показатели наличия и использования очистных сооружений	Показатель Росстатом не формируется	
	4. Показатели степени соответствия производимой продукции по уровню экологичности международным стандартам (доля продукции, имеющей экологический сертификат, в общем объеме)	Показатель Росстатом не формируется	

Проведенный анализ системы показателей, формируемых государственной статистикой, системы организации сбора и обработки информации позволил оценить возможности статистики, выявить ряд ограничений и разработать предложения по формированию системы информации, необходимой для расчета потенциала российских предприятий по производству конкурентоспособных товаров.

1. Ограничения статистики связаны в первую очередь с существующей практикой сбора и обработки информации. Аккумулируемая в Росстате информация позволяет рассчитать объем рынка только для незначительного количества товаров, для которых формируются балансы товарных ресурсов. Не завершена работа по детализированному кодированию видов деятельности, что приводит к тому, что основная часть видов деятельности имеет ук-

рупленные коды и соответственно характеризует производство не отдельных товаров, а товарных групп.

2. Существующая практика Росстата фактически исключает доступ к работе с первичной информацией. Однако как показывает опыт работы государственной статистики ряда стран (например, Финляндии), такая возможность предоставляется экспертам в соответствии с регламентами, определяющими порядок использования и публикации информации.

3. Статистическая информация, необходимая для расчета потенциала российских предприятий по производству конкурентоспособных товаров, в настоящее время рассредоточена по достаточно большому количеству баз данных и по нескольким хранилищам (федерального и регионального уровней). Для расширения возможности статистики необходимо сформировать интегрированную

информационную базу пообъектных данных предприятий на основе показателей статистической и финансовой отчетности предприятий.

4. Оценку потенциала российских предприятий по производству товаров, конкурентоспособных на внутреннем рынке, предлагается проводить методом группировки на основе интегрированной базы пообъектных данных. Цель

такого анализа - формирование групп предприятий, ранжированных по показателям конкурентоспособности, и оценка размеров этих групп. Такой подход позволит оценить потенциал отечественных производителей по производству товаров, конкурентоспособных на внутреннем рынке (с учетом всех показателей, отражающих факторы конкурентоспособности товаров, и рангов этих факторов).

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Н.Л. Капралова,

Институт анализа предприятий и рынков ГУ-ВШЭ

Перспективы устойчивого экономического роста России в условиях интеграции в глобальную экономику и нестабильной ситуации на сырьевых товарных рынках связаны с повышением конкурентоспособности обрабатывающей промышленности, ее экспортного потенциала. На базе результатов исследовательского проекта, выполненного Институтом анализа предприятий и рынков ГУ-ВШЭ и Всемирным банком¹, была произведена оценка влияния вовлеченности предприятий обрабатывающей промышленности во внешнеэкономическую деятельность (ВЭД) на уровень их конкурентоспособности.

Для оценки эффективности и конкурентоспособности работы предприятий использовались индикаторы, приведенные в таблице 1.

В качестве основного индикатора конкурентоспособности применялся комбинированный показатель, включающий самооценку уровня конкурентоспособности по отношению к отечественным компаниям, и уровень производительности труда по валовой добавленной стоимости (ВДС) по отношению к средней по отрасли². Дополнительно использовался индикатор конкурентоспособности на основе самооценки, позволяющий оценить конкурентоспособность участников рынка по отношению к зарубежным производителям.

Для характеристики внешнеэкономической деятельности предприятий применялись следующие группировки:

1. а) предприятия, экспортирующие продукцию, изготовленную с использованием импортных комплектующих (активные участники ВЭД);

б) предприятия, импортирующие сырье, материалы и комплектующие для производства готовых изделий на внутренний рынок, - «чистые» импортеры;

Таблица 1

Индикаторы эффективности

№	Наименование индикатора	Комментарий
1	Рентабельность	Рассчитана как валовая прибыль на объем выручки
2	Выработка (в расчете на одного занятого)	Рассчитана как добавленная стоимость, произведенная предприятием за год, в расчете на одного занятого
3	Среднегодовой темп роста выручки (в текущих ценах)	Косвенная оценка, равная отношению выручки конкретной фирмы к средней по отрасли
4	Среднегодовой темп роста выработки (в расчете на одного занятого)	Косвенная оценка, равная отношению выработки на одного занятого к средней по отрасли
5	Средняя доля экспорта	Используется ответ на вопрос анкеты о доле экспортной выручки
6	Доля экспорта в страны СНГ	Используется ответ на вопрос анкеты
7	Доля экспорта в развитые страны	Используется ответ на вопрос анкеты
8	Доля экспорта в прочие страны и страны Балтии	Используется ответ на вопрос анкеты
9	Производительность по отношению к средней по отрасли	Рассчитывается как добавленная стоимость, произведенная предприятием за год, к средней динамике выпуска по отрасли

¹ Проект «Разработка системы мониторинга и анализа конкурентоспособности российской экономики как инструмента принятия решений в области государственной макроэкономической политики» по заказу Минэкономразвития, в ходе которого в 2005 г. было проведено анкетирование руководителей предприятий обрабатывающей промышленности. Совокупная база данных по 1002 предприятиям обрабатывающей промышленности включает: результаты анкетного опроса руководства предприятий в 49 регионах России. Была использована стратифицированная репрезентативная выборка отраслей в разрезе ОКВЭД. В каждой из отраслей было представлено не менее 90 предприятий всех размеров, за исключением сверхкрупных предприятий с числом занятых более 10 тыс. человек. Также использовались статистические показатели обследованных предприятий об объеме выручки, структуре затрат и т. д.; данные Росстата о структуре себестоимости продукции по опрошенным предприятиям и данные бухгалтерской отчетности по опрошенным предприятиям за период 1999-2004 гг., источником которых является база СПАРК агентства Интерфакс.

² См.: Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. - М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2006. С. 17.

в) предприятия, экспортирующие продукцию, произведенную с использованием отечественного сырья и комплектующих («чистые» экспортеры);

г) предприятия, не участвующие в экспортно-импортных операциях и производящие продукцию исключительно для потребностей внутреннего рынка.

П. Экспортеры высокотехнологичной и низкотехнологичной продукции.

Ш. Экспортеры с долей экспорта, составляющей более 10% и менее 10% от объема продаж.

Типичный портрет участника внешнеэкономической деятельности

Обследование показало, что две трети предприятий обрабатывающей промышленности в той или иной степени участвуют во внешнеэкономической деятельности; при этом почти треть предприятий участвует в экспортно-импортных операциях, четверть является «чистыми» импортерами, а каждое шестое осуществляет экспортные поставки продукции, изготовленной исключительно из российского сырья и комплектующих.

Как правило, активными участниками ВЭД являются относительно крупные предприятия с численностью работников более 500 человек. Некрупные предприятия, наоборот, в основном замкнуты на обслуживании внутреннего рынка.

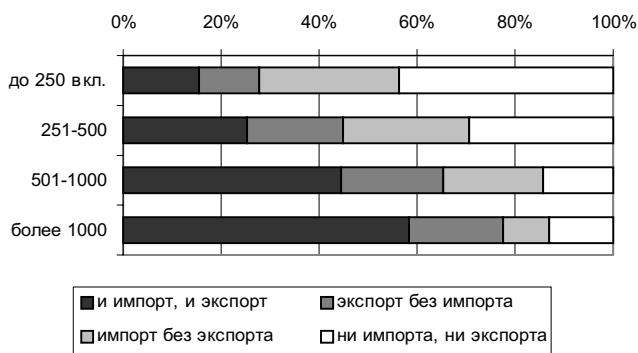


Рис. 1. Структура предприятий по численности

Основная масса экспортеров работает в столицах регионов. Наиболее активная часть экспортеров, одновременно импортирующая сырье и комплектующие для произ-

водства продукции, располагается в столице страны. Предприятия, работающие исключительно на внутреннем рынке, большей частью расположены в сельской местности.

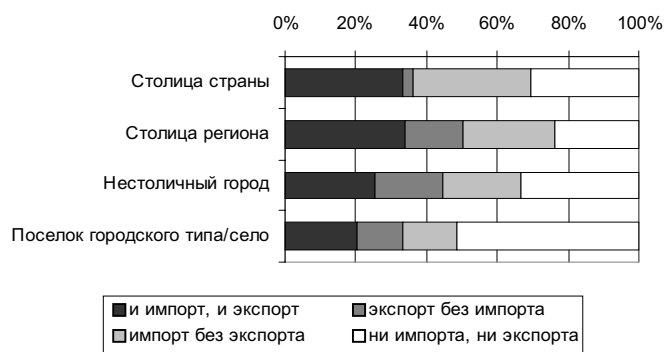


Рис. 2. Структура предприятий по месторасположению

Предприятия, имеющие в составе акционеров иностранных собственников, преимущественно являются экспортерами, причем иностранные собственники, как правило, работают в пищевой промышленности, производстве химической продукции и электрооборудования.

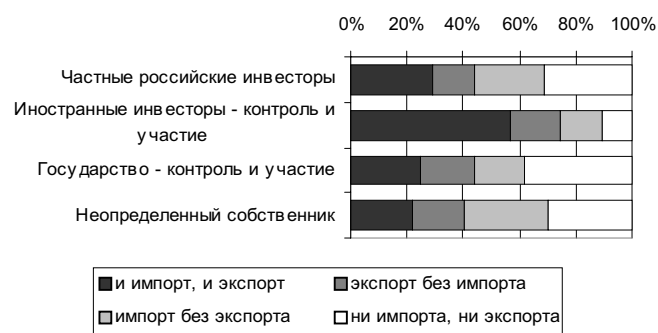


Рис. 3. Структура акционерного капитала предприятий

Экспортеры концентрируются, как правило, в деревообрабатывающей промышленности, производстве транспортных средств, в производстве машин и оборудования. Предприятия, работающие исключительно на внутреннем рынке, в отличие от участников внешнего рынка, выпускают пищевую продукцию, изделия из металла и текстильные изделия.

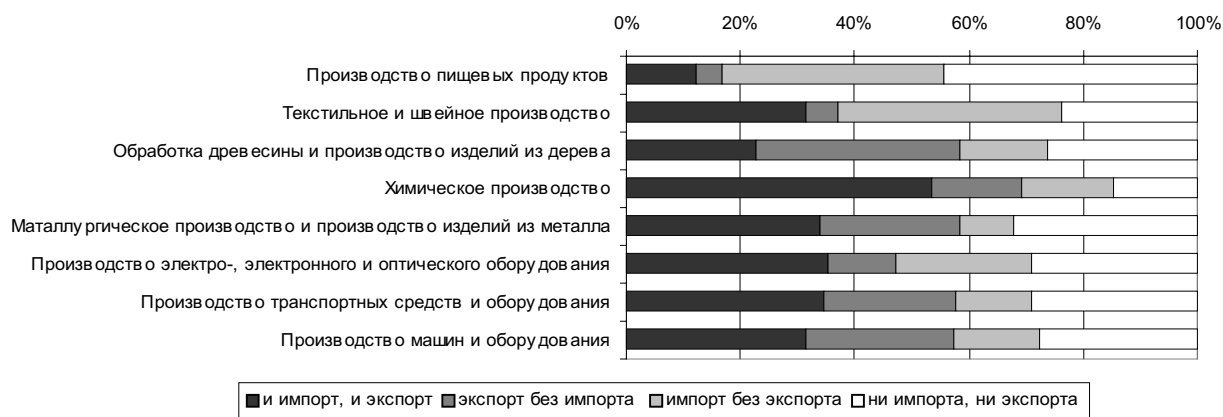


Рис. 4. Структура предприятий по видам деятельности

Анализ данных свидетельствует о том, что экспортная активность связана со стратегическими ориентирами предприятий. Предприятия-экспортеры, позиционирующие себя лидерами по производству новой уникальной продукции, чаще и активнее экспортируют по сравнению с предприятиями, ориентированными на внутренний рынок.

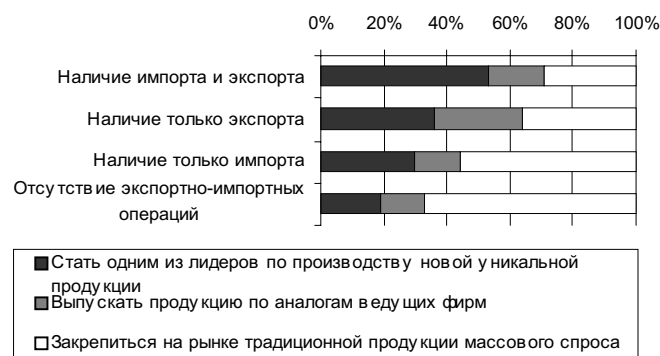


Рис. 5. Стратегические ориентиры развития и внешне-экономическая деятельность предприятий (в % от числа ответивших)

Источник: результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

Внешние факторы, сдерживающие рост экспортной активности промышленных предприятий

Бизнесклимат. Обследование предприятий показало, что отечественные промышленные предприятия могли бы лучше реализовывать свой экспортный потенциал на рынках зарубежных стран, если бы не различные, препятствующие этому экономические и административные барьеры.

Анализ результатов обследования показал, что восприятие делового климата зависит от того, является ли предприятие участником ВЭД, и в какой степени оно интегрировано в глобальную экономику.

Для повышения конкурентных возможностей предприятий при выходе на внешний рынок особое значение приобретает совершенствование государственного администрирования, включая решение налоговых проблем и сложности с возвратом НДС, таможенно-тарифное регулирование внешней торговли, дефицит кадров нужной квалификации.

Наращивание экспортных поставок взаимосвязано с расширением производственных мощностей, что требует облегчения доступа к приобретению земельных участков, заемному финансированию и получению разрешений на строительство.

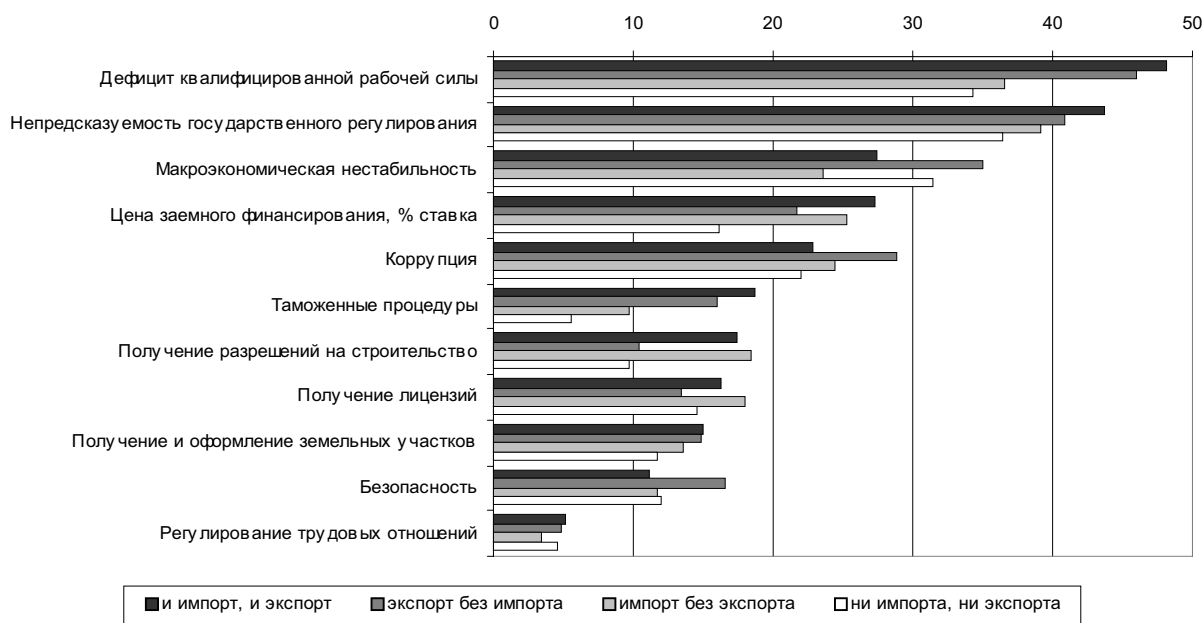


Рис. 6. Оценка отдельных компонентов делового климата в зависимости от участия во внешнеэкономической деятельности*

Источник: результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

* Указаны только те компоненты, по которым обнаружены значимые различия между анализируемыми компонентами климата.

Проблема коррупции и взаимодействия с таможенными органами более критична для экспортеров, что объясняется высокой долей различных разрешительных процедур, с которыми сталкиваются экспортеры при выходе на внешний рынок.

Практически для каждого пятого «чистого» экспортера актуальна проблема безопасности, что может быть связано с условиями поставок. На несправедливую конкуренцию жалуется каждое четвертое предприятие.

Связь, транспортировка грузов, регулирование трудо-

вых отношений не являются серьезной проблемой как для активных участников ВЭД, так и для тех, кто таковыми не являются.

Господдержка. Сдерживают экспортную активность также низкие размеры и малая эффективность государственной поддержки экспортеров. Так, подавляющее большинство (94%) экспортеров вообще не получали государственной поддержки. Из 355 ответивших экспортеров лишь 23 предприятия получали тот или иной вид государственной поддержки, причем подавляющее большинство из них (83%) экспортируют высокотехнологичную продукцию. Самая высокая доля экспортеров - 3%, получали финансовую поддержку при организации участия в выставках, 2% предприятий были предоставлены государственные гарантии поддержки экспорта. Остальные виды помощи получили менее 1% предприятий-экспортеров. Несколько в лучшем положении оказались экспортеры наукоемкой продукции, 17% которых получали различные виды государственной поддержки. Следует отметить, что такие важные для участников рынка виды помощи, как государственные гарантии для поддержки экспорта и помощь при участии в выставках, хотели бы получать 40 и 32% респондентов соответственно.

Помощь, как правило, предоставлялась крупным предприятиям, у которых экспортная выручка составляла более 20% объема продаж. Похоже, что государство селективно поддерживает лишь отдельные предприятия, выпускающие стратегическую продукцию, а для остальных экспортеров государственная поддержка недоступна. В то же время трудно определить причинно-следственную связь, так как высокая доля экспорта в данном случае может быть результатом государственной поддержки, которая в этом случае является фактором, способствующим экспортной деятельности.

Влияние конкуренции на производственную политику. В рамках исследования было выделено три типа конкуренции, оказывающих влияние на производственную политику экспортеров: (1) конкуренция со стороны отечественных предприятий; (2) со стороны импорта; (3) со стороны зарубежных предприятий, организовавших производство на территории России. Однако анализ данных не показал статистически значимых различий между анализируемыми группами и уровнем конкуренции с отечественными предприятиями и с зарубежными предприятиями, расположенными на территории России.

Самыми «чувствительными» к влиянию конкуренции с импортом оказались активные участники ВЭД, осуществляющие экспортно-импортные операции. В этой группе о значительном или сильном влиянии конкуренции на политику по снижению издержек заявили почти две трети (61,5%) респондентов, в то время как среди «чистых» импортеров и «чистых» экспортеров намного меньше (46,0 и 44,8% соответственно).

Отсутствие экспортно-импортной деятельности у трети предприятий выборки, сопряженное с замкнутостью на локальных рынках, делает их нечувствительными к влиянию конкуренции; две трети из них заявили, что она не влияет или слабо влияет на их политику по сокраще-

нию издержек и разработку новой продукции, что снижает стимулы к реструктуризации и инновациям. Неизбежное усиление конкуренции в условиях глобализации экономики делает их конкурентные позиции чрезвычайно уязвимыми.

Характеристика проблем, препятствующих продвижению на рынке основного продукта

Наиболее острой проблемой в структуре промышленных предприятий для участников внешнеэкономической деятельности являются производственные подразделения и службы НИОКР. Наличие проблем в их деятельности отмечает примерно половина предприятий. Еще одной проблемой, по которой обнаружена высокая значимость различий, является проблема корпоративного взаимодействия. Острота этой проблемы наиболее чувствительна для активных участников ВЭД.

Проблемы взаимодействия экономических служб и подразделений испытывают 16% активных участников ВЭД, 15% «чистых» экспортеров. Доля предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, составляет 8% (значимость различий на уровне 0,02). Проблемы взаимодействия проектных служб и подразделений НИОКР чувствительны для 15% активных участников ВЭД и 12% «чистых» импортеров; в то же время «чистые» экспортеры и предприятия, работающие исключительно на внутреннем рынке, мало чувствительны к данной проблеме (55 и 7% соответственно). (Различия значимы на уровне 0,02.) По чувствительности предприятий к той же проблеме, но в производственных подразделениях лидируют «чистые» импортеры и активные участники ВЭД. Их доля - 14 и 13% соответственно. Различия значимы на уровне 0,01.

Результаты обследования показали, что предприятия-экспортеры активнее внедряют современные формы управления бизнес-процессами, занимаются переподготовкой кадров, чем остальные участники рынка. Доля предприятий, установивших бюджет на повышение квалификации кадров, в этой группе составляет 36%, а внедривших систему мотивации персонала - 55%; среди предприятий же, работающих исключительно на внутреннем рынке, эти доли равны соответственно 18 и 31%.

Участники внешнеэкономической деятельности в целом активнее привлекают специалистов по управленческому консультированию - более 29%, в то время как среди предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, таких оказалось только 12%. Значимо отличается активность предприятий, осуществляющих как импортные, так и экспортные операции, в отношении развития системы аутсорсинга. Активные участники ВЭД используют аутсорсинг вдвое чаще, чем «чистые» экспортеры, и в три раза чаще предприятий, ориентированных на внутренний рынок (значимость различий высокая - на уровне 0,00). «Чистые» импортеры активнее внедряли новую систему управления цепочками поставок (27%) и автоматизированную систему управления запасами (35%); в группе предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, - соответственно 15 и 25%.

Данные обследования позволяют сделать вывод о том, что для выхода на внешний рынок необходим существенно больший размер инвестиций в НИОКР, чем для удовлетворения потребностей внутреннего рынка, то есть соответственно внутренний рынок пока принимает более «отсталую продукцию», конкурентоспособность на внутреннем рынке не гарантирует предприятию конкурентоспособности/возможности выхода на внешний рынок.

Одной из необходимых составляющих процесса продвижения продукции на внешний рынок является дизайн, известность торговой марки, способность предложить внешнему рынку новый уникальный продукт и послепродажное обслуживание. Так, в группе активных участников ВЭД значимо выше (в 1,5 раза) доля предприятий - производителей уникальной продукции и фирм, отмечающих известность своей торговой марки. В то же время не обнаружено значимых различий по таким показателям, как предложение рынку принципиально новой продукции, выгодные условия послепродажного обслуживания, дизайн, быстрая реакция на потребности покупателей, что свидетельствует о том, что многие фирмы-экспортеры еще далеки по уровню менеджмента от своих зарубежных конкурентов.

Характеристика инновационности и технологической обеспеченности. Инновационно активные предприятия - это предприятия, эффективно использующие инновационный потенциал, инвестирующие в НИОКР, имеющие высокую обеспеченность технологическими ресурсами. Инновационно пассивные - это предприятия, обладающие основой для развития инновационного потенциала, однако в силу недостаточной активности вяло модернизирующие инновационную инфраструктуру³.

В группе активных участников ВЭД более половины предприятий являются инноваторами. Доля инновационно активных предприятий снижается по мере сокращения вовлеченности во внешнеторговые операции. Среди «чистых» экспортеров доля инноваторов составляет 37%, среди «чистых» импортеров - 34, среди предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, - 24%. Естественно, доля предприятий, пассивных с точки зрения инновационного развития, возрастает по мере снижения экспортно-импортной активности предприятий.

Согласно полученным данным, предприятия, активно участвующие в экспортно-импортных операциях, значительно больше финансовых средств отчисляют на инновационные мероприятия. Внедрение новой или усовершенствованной продукции финансируют 60% активных участников ВЭД и 50% «чистых» импортеров, что позволяет говорить о конкурентном потенциале этой группы предприятий. Внедрение новой продукции «чистыми» экспортерами (36%) осуществляется в два раза реже, чем активными участниками ВЭД. По этому показателю «чистые»

экспортеры находятся на одном уровне с предприятиями, не работающими на внешнем рынке, что может объясняться высокой долей сырья и компонентов в составе экспортируемой продукции.

Новые технологии финансируются реже, чем новая продукция, однако по-прежнему среди активных участников рынка доля тех, кто финансирует внедрение новых технологий, почти в два раза выше по сравнению с предприятиями, ориентированными исключительно на внутренний рынок (39 и 20% соответственно). Аналогично, в 2-2,5 раза чаще они финансируют НИОКР в связи с разработкой новой или усовершенствованной продукции.

Отечественные предприятия обрабатывающей промышленности отличает низкая инвестиционная активность в привлечении инвестиций в исследования и разработки. Средний размер инвестиций в развитие НИОКР примерно у трети предприятий составляет менее 1 млн. рублей вне зависимости от их принадлежности к той или иной группе по экспортно-импортной деятельности, что является свидетельством низких расходов на поддержание инновационной инфраструктуры. В то же время размер финансирования НИОКР имеет значимую и положительную связь с внешнеторговой активностью.

Большая активность участников ВЭД в развитие НИОКР по сравнению с другими участниками рынка подтверждается затратами на НИОКР в расчете на одного занятого. Расходы активных участников ВЭД составляют 4,92 тыс. рублей, «чистых» импортеров - 0,78 тыс., «чистых» экспортеров - 1,00 тыс., предприятий, работающих исключительно на внутреннем рынке, - 0,68 тыс. рублей (различия значимы на уровне 0,00). Расходы на НИОКР по отношению к выручке различаются только по среднему значению, поскольку медиана для всех групп предприятий равна 0, что еще раз подтверждает вывод о слабой в целом инновационной активности предприятий.

Наиболее значительные средства в развитие НИОКР инвестируют экспортеры высокотехнологичной продукции, например производители электрического, электронного и оптического оборудования (в среднем 11 тыс. рублей в расчете на одного занятого). Предприятия, производящие аналогичную продукцию, но не являющиеся экспортерами, отчисляют на эти цели всего 1,3 тыс. рублей (различия значимы на уровне 0,00). На развитие НИОКР экспортеры химической продукции тратят 3,9 тыс. рублей, неэкспортеры - 2,4 тыс. рублей (различия значимы на уровне 0,01). Экспортеры машин и оборудования тратят 2,6 тыс. рублей на одного занятого, неэкспортеры - менее 1 тыс. рублей (различия статистически значимы на уровне 0,00). В то же время обращает на себя внимание факт отсутствия проектных служб и подразделений НИОКР у 42% обследованных предприятий, и даже среди активных участников ВЭД таких 26%.

³ Данная группировка предложена К.Р. Гончар в проекте «Разработка мониторинга и анализа конкурентоспособности российской экономики как инструмента принятия решений в области государственной политики», выполненном ГУ-ВШЭ и Всемирным банком.

Следует отметить, что по результатам обследования, активные участники ВЭД значительно быстрее интегрируются в глобальный рынок. Предприятия, работающие исключительно на внутреннем рынке, медленнее адаптируются к современным формам информационного обеспечения. Анализ данных показал, что среди активных участников ВЭД используют электронную почту и имеют свой сайт в сети Интернет более 80% предприятий, имеют собственное IT-подразделение свыше 60% предприятий. Среди предприятий, работающих только на внутреннем рынке, доля, имеющая IT-подразделения, составила лишь 25%. Интегрированная информационная система планирования есть у 37% предприятий - активных участников ВЭД и 17% предприятий, не ведущих ВЭД. Стандартизацию ISO9000 прошли 57% предприятий в группе активных участников ВЭД, 31% - в группе «чистых» импортеров, 35% - в группе «чистых» экспортеров, 26% - в группе участников исключительно внутреннего рынка (различия значимы на уровне 0,00). Более высокие средние значения показателей расходов на НИОКР позволяют предположить, что именно высокотехнологичную продукцию экспортируют предприятия, имеющие небольшой размер экспортной выручки от реализации продукции. Так, средние расходы на НИОКР по отношению к выручке составляют 71% в группе экспортеров с 10%-ной выручкой по сравнению с 46% в группе экспортеров с выручкой от реализации более 10%. Расходы на НИОКР в расчете на одного занятого также выше в группе предприятий с небольшими объемами выручки от реализации продукции. Медиана для рассмотренных выше показателей равна 0, что подтверждает сделанный ранее вывод о значительной доле предприятий, не занимающихся развитием НИОКР. Различий в значениях таких показателей, как производительность труда, рентабельность, темп роста выручки и выработки на одного занятого, не выявлено.

Несмотря на то, что отечественные предприятия обрабатывающей промышленности отличает в целом невысокий уровень привлечения финансовых средств в исследования и разработки, число финансируемых инновационных мероприятий зависит от степени активности участников внешнеэкономической деятельности и степени технологической обработки продукции. Более значительные средства в развитие НИОКР инвестируют предприятия, экспортирующие высокотехнологичную продукцию - электрическое, электронное и оптическое оборудование.

Внешнеэкономическая деятельность, эффективность и конкурентоспособность

Конкурентоспособность по отношению к отечественным компаниям. В соответствии с указанным выше индикатором уровня конкурентоспособности по самооценке предприятия были разбиты на три группы:

- 1) предприятия с высокой конкурентоспособностью - лидеры на отечественном рынке, имеющие уровень производительности труда выше среднеотраслевого;
- 2) предприятия с низкой конкурентоспособностью -

отстающие предприятия, которые или не могли сократить отставание от лидера, или их отставание увеличивалось; при этом их производительность труда была ниже среднеотраслевого уровня;

- 3) предприятия со средней конкурентоспособностью, включающие все остальные категории.

По примененному критерию оценки среди предприятий с высокой конкурентоспособностью совокупная доля всех предприятий, экспортирующих свою продукцию (63%), вдвое выше, чем доля предприятий, удовлетворяющих потребности внутреннего рынка, причем из них на долю активных участников ВЭД приходится 46%. Предприятия с низкой конкурентоспособностью, как правило, работают исключительно на внутреннем рынке (72%). Доля активных участников ВЭД в этой группе невелика и составляет всего 12%.

Конкурентоспособность по отношению к зарубежным компаниям. Для более корректной оценки конкурентоспособности участников внешнеэкономической деятельности в рамках настоящей работы был разработан дополнительный индикатор конкурентоспособности, базирующийся на самооценке конкурентоспособности предприятий по отношению к зарубежным производителям на территории России. Он также скорректирован на показатель производительности труда по отношению к среднему по отрасли.

Согласно полученным результатам, среди предприятий с высокой конкурентоспособностью совокупная доля всех экспортеров достаточно высокая (68%), половину из них (51%) составляют активные участники ВЭД. В то же время предприятий, конкурентоспособных по сравнению с зарубежными фирмами, мало - всего 37 (менее 4% выборочной совокупности). Это говорит о том, что на самом деле в настоящее время только отдельные отечественные предприятия могут конкурировать с ведущими зарубежными компаниями.

Эффективность предприятий обрабатывающей промышленности. Для проверки гипотезы о влиянии экспортной активности на конкурентоспособность предприятий была использована методологическая схема анализа, предложенная экспертами в проекте [1]. Результаты проверки этой гипотезы представлены в таблице 2.

Согласно результатам обследования, по всем индикаторам эффективности лидируют активные участники ВЭД - предприятия, успешно интегрировавшиеся в глобальную экономику. В анализе мы опирались на значения медианы, поскольку она точнее характеризует тенденцию в каждой группе. Активные участники ВЭД имеют самый высокий показатель производительности труда по отношению к среднему по отрасли - 0,92, в то время как предприятия, работающие исключительно на внутреннем рынке, - 0,50. Первые опережают по темпам роста все остальные группы (1,21), имеют самый высокий уровень рентабельности продаж (13%). Производительность по ВДС в расчете на одного занятого в группе активных участников ВЭД (170,11) в 1,7 раза выше, чем у предприятий, работающих на внутреннем рынке (102,03).

Таблица 2

**Показатели эффективности работы предприятий в группах, различающихся по участию
во внешнеэкономической деятельности**

	Наличие импорта и экспорта		Наличие только экспорта		Наличие только импорта		Отсутствие экспортно-импортных операций		Статистическая значимость различий*
	среднее	медиана	среднее	медиана	среднее	медиана	среднее	медиана	
Среднегодовой темп роста выручки в 2000-2004 гг.	1,32	1,21	1,41	1,20	1,27	1,19	1,22	1,15	0,05
Производительность по ВДС к средней по отрасли	1,27	0,92	0,88	0,67	1,01	0,72	0,83	0,50	0,00
Производительность по ВДС, тыс. рублей на человека в год	241,36	170,11	175,71	142,34	216,23	135,29	165,20	102,03	0,00
Среднегодовой темп роста выработки в 2000-2004 гг.	1,21	1,21	1,29	1,21	1,25	1,21	1,22	1,19	незначимо
Средний уровень рентабельности продаж, в %	13	13	9	9	9	9	7	8	0,00
Средний по предприятию уровень использования производственных мощностей в 2003 г.	67,32	70,00	59,29	60,00	61,18	60,00	58,67	60,00	0,01
Средний по предприятию уровень использования производственных мощностей в 2004 г.	67,83	70,00	64,12	70,00	64,84	70,00	61,37	65,00	0,01

* Использовался тест Kruskal-Wallis.

Источник: Результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

Любопытные результаты показало сравнение группы «чистых» экспортеров и «чистых» импортеров. Они не отличаются по показателям рентабельности и загрузки производственных мощностей. Экспортеры растут несколько быстрее импортеров (среднегодовой темп роста выработки равен соответственно 1,20 и 1,19) и лучше по показателю производительности труда на одного занятого (142,3 тыс. рублей и 135,3 тыс. рублей соответственно), однако они уступают импортерам по производительности труда по отношению к средней по отрасли (0,67 и 0,72 соответственно).

Как показало обследование, почти половина обследованных предприятий - 45% - осуществляют поставки на экспорт, однако «настоящих» экспортеров с долей выручки больше 20% немного - примерно 12%; при этом чем крупнее предприятие, тем выше в среднем доля экспортной продукции [1, с. 20]. Результаты исследования свидетельствуют о влиянии экспортной активности на конкурентоспособность предприятий, а масштаб экспортной деятельности - нет (см. таблицу 3).

Анализ данных свидетельствует об отсутствии статистически значимой связи между конкурентоспособностью и структурой экспорта. Основными внешнеторговыми партнерами во всех группах по уровню конкурентоспособности являются страны СНГ (см. таблицу 4).

Анализ данных свидетельствует о значимой статистической связи на уровне менее 0,05 между уровнем конкурентоспособности по сравнению с отечественными лидерами и степенью технологичности продукции, поставляемой на экспорт (см. таблицу 5).

Результаты анализа показали, что среди экспортеров высокотехнологичной продукции доля предприятий с

Таблица 3

**Конкурентоспособность экспортеров с различной долей
экспортной выручки от реализации продукции
(в % от числа ответивших)**

	Конкурентоспособность		
	высокая	средняя	низкая
<i>По сравнению с отечественными лидерами</i>			
Экспорт менее 10%	35,5	52,7	11,8
Экспорт более 10%	33,9	58,2	7,9
<i>Статистическая значимость различий отсутствует</i>			
<i>По сравнению с зарубежными лидерами</i>			
Экспорт менее 10%	9,8	63,4	26,8
Экспорт более 10%	9,8	67,4	22,7
<i>Статистическая значимость различий отсутствует</i>			

Источник: Результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

низкой конкурентоспособностью более чем в три раза ниже, чем у экспортеров низкотехнологичной продукции (15,4 и 4,1% соответственно).

Оценки предприятий по критерию конкурентоспособности по отношению к зарубежным производителям не показали статистически значимых различий между экспортерами высоко- и низкотехнологичной продукции: подавляющее большинство в обеих группах (65,6-73,1%) попадает в группу со средним уровнем конкурентоспособности.

Предприятий с высоким уровнем конкурентоспособности в данной выборке - 21, что составляет 4,6% от общего числа экспортеров, из них 17 - это предприятия, экспортирующие высокотехнологичную продукцию. Таким

Таблица 4

Структура экспорта в зависимости от конкурентоспособности
(доля экспорта в процентах)

	Высокая	Средняя	Низкая
<i>Конкурентоспособность экспортеров по сравнению с отечественными производителями</i>			
В страны СНГ	70	66	59
В развитые страны	15	17	24
В прочие капстраны и страны Балтии	15	17	17
Всего	100	100	100
<i>Статистическая значимость различий отсутствует</i>			
<i>Конкурентоспособность экспортеров по сравнению с зарубежными производителями</i>			
В страны СНГ	64	64	63
В развитые страны	19	18	14
В прочие капстраны и страны Балтии	17	18	23
Всего	100	100	100
<i>Статистическая значимость различий отсутствует</i>			

Источник: Результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

Таблица 5

Конкурентоспособность экспортеров высокотехнологичной и низкотехнологичной продукции
(в % от числа ответивших)

	Высокая	Средняя	Низкая
<i>По сравнению с отечественными производителями</i>			
Высокотехнологичная продукция	36,1	59,8	4,1
Низкотехнологичная продукция	30,9	53,7	15,4
<i>Статистическая значимость различий 0,01</i>			

Источник: Результаты обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка.

образом, при всей условности и недостатках используемого критерия он показывает, что конкурентоспособные на зарубежных рынках предприятия - экспортеры высокотехнологичной продукции составляют всего 3,7% экспортеров, или 1,6% в выборке отечественных промышленных предприятий.

Литература

1. Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. - М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2006.

ПЕРЕХОД К ЭКСПОРТУ ПРОДУКЦИИ ВЫСОКИХ ПЕРЕДЕЛОВ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ*

И.С. Королев, чл.-корр. РАН,
В.М. Жуковская, канд. экон. наук,
И.Н. Трофимова, канд. экон. наук,
ИМЭМО РАН

Переход экономики на рельсы инновационного развития с освоением на мировых рынках ниши высокотехнологичной продукции, в том числе продукции высоких переделов, является одной из наиболее актуальных задач современной России. Насколько реален для нашей страны такой переход? Какова конкурентоспособность российского экспорта продукции высоких переделов? Международные сопоставления на базе таможенной статистики Российской Федерации и статистики международной торговли ОЭСР¹ дают возможность оценить конкурентоспособность российских экспортных товаров на зарубежных рынках, проанализировать структурные и це-

новые аспекты торговли товарами различной степени обработки². В 2005 г. 80% российского экспорта приходилось: на минеральное топливо (64,3%), черные металлы (7,7%), цветные металлы (5,2%) и древесину (2,8%). Большую часть экспорта этих товаров составляло сырье и продукты низших переделов. В предлагаемой статье рассматривается положение с экспортом черных и цветных металлов и продукции лесопромышленного комплекса. Именно на эти экспортные отрасли возлагается задача поддержания экономического роста российской экономики в гипотетической ситуации с падением цен на углеводороды.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект «Сопоставительный анализ экспортно-импортных товаропотоков по таможенной статистике РФ и ОЭСР», № 06-02-00046а.

¹ ITCS - International Trade by Commodity Statistics. Harmonised System 96. Volume 2004/1. OECD 2004; Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации 2003, 2005. - М., 2004, 2006. Все расчеты, приводимые в таблицах, выполнены авторами по данным этих источников.

² Проблемы сопоставимости таможенной статистики РФ и статистики международной торговли ОЭСР исследованы в работах: Экспортно-импортные потоки РФ (Сопоставление данных таможенной статистики РФ и статистики международной торговли ОЭСР). Руководитель научного коллектива И.С. Королев. - М.: ИМЭМО РАН, 2003; Трофимова И.Н. Достоверность внешнеторговой статистики некоторых стран ОЭСР: есть ли «серый» импорт в этих странах? // Вопросы статистики. 2005. № 8.

Черные металлы. В российском экспорте черных металлов продукция низших переделов (чугун и полуфабрикаты) составляет 50%. Используя данные внешне-торговой статистики ОЭСР и таможенной статистики РФ, сравним структуры экспорта черных металлов из стран - лидеров мировой черной металлургии, к которым относится и Россия (см. таблицу 1). Россия, как видно из данных этой таблицы, занимает нишу поставщика на мировой рынок продукции самых низших переделов.

Таблица 2 на примере некоторых стран - импортеров российского черного металла подтверждает специализацию России как поставщика низкопеределной продукции. Доля чугуна, лома, полуфабрикатов и горячекатаного плоского проката в импорте из России для приведенных в таблице стран в среднем составляла 82%. Пре-

Таблица 1

Удельный вес различных переделов в экспорте черных металлов в 2003 г.
(в процентах; по количеству)

	Россия	Япония	Германия	Италия	Республика Корея
Чугун, слитки, полуфабрикаты	39,5	8,3	8,6	5,1	1,6
Плоский прокат без покрытия	22,6	35,3	16,3	25,1	48,1
Плоский прокат с покрытием	1,6	13,8	14,6	11,5	23,1
Прут, проволока, профили	9,4	9,1	19,2	35,7	13,7

Источники: International Trade by Commodity Statistics. Harmonised System 96. Volume 2004/1. OECD 2004; Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации 2003, 2005. - М., 2004, 2006.

Таблица 2

Российские черные металлы на рынках зарубежных стран в 2002 г.

Страны-импортеры	Доля РФ в импорте, в %		Продукция низших переделов* в импорте из России, в % (по количеству)	Σдельная стоимость импорта, долл. / тонн		
	по количеству	по стоимости		русская (А)	среднерыночная (Б)	соотношение (А)/(Б), в %
Финляндия	36	22	92	293	486	60
Республика Корея	13	9	89	177	257	70
Италия	10	6	78	274	434	60
Великобритания	7	4	73	238	447	50
Испания	6	4	72	223	368	60
Япония	3	3	89	479	520	90

* Чугун, лом, полуфабрикаты, горячекатаный прокат плоский.

Источник: ITCS - International Trade by Commodity Statistics. Harmonised System 96. Volume 2004/1.

обладание дешевой низкопеределной продукции значительно снижает среднюю цену российских черных металлов. Удельная стоимость экспортируемого Россией металла на рынках рассматриваемых стран в среднем была на 35% ниже средней в импорте этих стран.

Сравнительную структуру экспорта черных металлов из России и Германии проанализируем на примере французского рынка черных металлов по среднегодовым данным за 1996-2003 гг. Доминирующим поставщиком на этом рынке была Германия (22% рынка) (см. таблицу 3).

Чугун, низший металлургический передел, составлял в 1996-2003 гг. более трети (по количеству) экспорта черных металлов из России во Францию, в то время как в экспорте Германии - менее 1%. Во французском импорте черных металлов на Россию приходилось всего 2,1%, тогда как в импорте чугуна - 45%. На чугун, слитки и полуфабрикаты в экспорте России в этот период приходилось 37%, а в экспорте Германии - 21%. Относительно сопоставимы (7 и 12%) были доли горячекатаного проката, следующего после сырой стали металлургического передела, а суммарные доли более высоких переделов (холоднокатаного проката, проката с покрытием и сортового) различались весьма существенно (8 и 30%).

Чтобы оценить конкурентные позиции России на французском рынке, сравним удельные стоимости разных пе-

Таблица 3

Структура экспорта черных металлов из России и Германии во Францию, в среднем за 1996-2003 гг.
(в процентах; по количеству)

	Россия	Германия
Черные металлы - всего	100	100
Чугун	34,1	0,6
Слитки	0,0	9,7
Полуфабрикаты	2,7	10,5
Горячекатаный прокат плоский	7,1	11,7
Холоднокатаный прокат плоский	0,8	3,8
Прокат плоский с покрытием	0,6	10,3
Прутки	5,2	11,1
Профили	0,0	3,2
Проволока	1,2	2,1

Источник: ITCS - International Trade by Commodity Statistics. Harmonised System 96 Volume 2004/1. OECD 2004.

ределов черных металлов, импортируемых из России и Германии, со среднерыночными (импорт из всех стран). Корректность ценовых сопоставлений в большой степени зависит от структур сравниваемых агрегатов. Чем од-

народнее эти агрегаты, тем достовернее результаты сопоставления. В данном случае мы сравниваем товары с четырехзначными кодами по Гармонизированной системе описания и кодирования товаров, в состав которых

входят продукты с шести- и восьмизначными кодами. Рассчитанные нами удельные стоимости несут на себе печать структурной неоднородности сопоставляемых товарных групп³ (см. таблицу 4).

Таблица 4

Удельные стоимости разных переделов черных металлов в импорте Франции
(среднегодовые данные за 1996-2003 гг.)

Переделы	Французский рынок				
	Σ удельные стоимости импорта, долл. за тонну			Соотношения удельных стоимостей	
	Из России (А)	Из Германии (Б)	Весь импорт (В)	Россия/Германия (А)/ (Б)	Россия/ Весь импорт (А)/ (В)
Чугун	161	206	196	78	82
Полуфабрикаты	257	257	243	100	106
Прокат горячекатаный плоский	272	381	334	71	81
Прокат холоднокатаный плоский	277	405	400	68	69
Прокат плоский с покрытием	499	537	560	93	89
Прутки	304	362	360	84	84
Проволока	413	506	563	82	73

Источник: ITCS - International Trade by Commodity Statistics. Harmonised System 96 Volume 2004/1.OECD 2004.

Российские цены (наиболее близким приближением к цене являются удельные стоимости) были заметно ниже германских и среднерыночных. Низкие цены - основа нашего конкурентного преимущества на французском рынке, как и на рынках других стран. Только плоский горячекатаный прокат из России продавался по таким же ценам, как из Германии, а цены на полуфабрикаты были выше среднерыночных цен. Наибольшее ценовое преимущество Россия имела по экспорту во Францию горяче- и холоднокатаного плоского проката.

С каждым следующим переделом (от чугуна до плоского проката с покрытием), как видно из данных таблицы 4, цены существенно возрастали. Так, среднерыночные цены на холоднокатаный прокат на французском рынке в 1996-2003 гг. превышали цены на чугун в среднем вдвое, на прокат с покрытием и на проволоку - почти втрое. Экспорт продуктов высоких переделов приносит большую выручку по сравнению с экспортом продукции низших переделов. Чтобы оценить масштаб выручки, которую можно было бы получать при экспорте по более эффективной структуре, определим гипотетическую стоимость российского экспорта того же количества металла по российским ценам, но по структуре экспорта Германии. Среднегодовая стоимость российского экспорта во Францию при названных условиях была бы в 1,6 раза больше фактической (57,7 и 35,7 млн. долларов). Германия ввозила больше России по количеству в среднем в 13 раз, а по стоимости - в 22 раза, и, следовательно, долларовая выручка на тонну экспортируемого металла в Гер-

мании была в 1,7 раза больше, чем в России. Как видим, переход на экспорт продукции высоких уровней переработки в черной металлургии был бы выгоден и при сохранении относительно низких российских цен. Но насколько реален такой переход? Каковы возможности экономики России для этого перехода и насколько серьезны внешние ограничения, учитывая жесткую конкуренцию на мировом рынке черных металлов?

Со стороны внутренних возможностей проблема сводится к реконструкции, модернизации и расширению мощностей по производству качественной продукции высоких переделов, то есть к технологической перестройке отрасли, что предполагает привлечение значительных инвестиций и большие затраты времени. Одновременно потребуются максимальная рационализация производства как в самой черной металлургии, так и в отраслях - поставщиках сырья, материалов и энергии для снижения издержек производства и сохранения ценовых конкурентных преимуществ.

Внешние ограничения обусловлены большим количеством «игроков» и явной «теснотой» на поле мирового производства и торговли черными металлами. Это - старые страны-производители (США, Япония и ЕС), экспортирующие продукцию высоких переделов и имеющие внутренние рынки с высокими ценами на металл, привлекательные для экспортеров. Новые индустриальные страны (Китай, Республика Корея, Бразилия, Индия) производят и экспортируют, как и Россия, более дешевую продукцию в основном низших переделов⁴. Современная си-

³ «Гармонизированная система» или Номенклатура, включающая в себя товарные позиции, субпозиции и относящиеся к ним цифровые коды, введена в действие в соответствии с Международной конвенцией в 1983 г. Поправки в Гармонизированную систему вносились в 1996 и 2006 гг. Новая система 2007 вступила в силу с 1 января 2007 г. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД СНГ), применяемая в России, соответствует Гармонизированной системе.

⁴ В начале XXI века в десятку крупнейших производителей стали входили: Китай - 1-е место (четверть мирового производства), Республика Корея - 6-е, Бразилия - 8-е, Индия - 9-е. www.metaltorg.ru/analytics/black. 20.01.04 «Металлургия Бразилии, далекая и близкая».

туация на мировом рынке черных металлов характеризуется наличием избыточных производственных мощностей, резкими колебаниями цен и постепенным переходом новых «игроков» по мере насыщения их внутренних рынков к агрессивной экспансии на рынках старых индустриальных стран.

Эти обстоятельства породили новую экономическую реальность - отказ многих стран от свободной торговли черными металлами и применение жестких методов защиты своих рынков. Особенно резко эта тенденция проявилась в США и ЕС в 1997-1998 гг., когда импорт стали в США достиг рекордно высокой отметки, а ЕС из экспортера стали превратился в импортера. Более 30 стран-импортеров приняли в этот период временные протекционистские меры против импорта стальной продукции из ряда стран, в том числе из России и Украины, обвинив эти страны в демпинговых поставках. Но постепенно антидемпинговые меры в западных странах стали приобретать постоянный характер. Торговля черными металлами все в большей степени осуществляется в рамках квот и специальных соглашений. Это обстоятельство, несомненно, создает, и будет создавать в будущем, серьезные препятствия для России в ее попытках продвижения продукции высоких переделов на рынки западных стран.

Характерно положение с экспортом из России оцинкованного листа, одного из наиболее дорогостоящих видов плоского проката. Доля российской «оцинковки» в мировом экспорте плоского проката - менее 1%. В структуре российского экспорта плоского проката на нее приходится 3%, в то время как в структуре мирового экспорта - 17%. Подобная же ситуация с экспортом тонкого холоднокатаного листа (5 и 11%). Низкая доля российского оцинкованного проката в мировой торговле - результат прежде всего ограничительных мер, принятых рядом стран против проникновения России на их рынки. На Западную Европу приходится 49% мирового импорта оцинкованного проката и только 1% поставляется из России⁵. Производители стали в западных странах, защищая свои внутренние рынки с помощью квот и высоких импортных тарифов, целенаправленно вытесняют российские компании в производство дешевого горячекатаного рулона и других дешевых видов металла, таких, как чугун и слябы, на которые тарифы и квоты не распространяются.

Наше главное конкурентное преимущество в торговле черными металлами - низкие цены за счет относительно дешевого сырья, энергии и рабочей силы. После 1998 г. конкурентоспособность усилилась также в связи с девальвацией рубля. Удельная стоимость рабочей силы в черной металлургии России ниже, чем в развитых странах, на 50-80%, удельная стоимость газа - на 70-80%, электроэнергии - на 60-80%⁶. В 2005 г. средняя годовая заработ-

ная плата в черной металлургии в развитых странах равнялась 34,6 тыс. долларов, в России - 2,3 тыс., то есть была меньше в 15 раз⁷. Низкая заработная плата компенсирует, с точки зрения затрат, низкую производительность труда в отрасли. Например, на производство 1 тонны готового проката в странах ОЭСР в 2001 г. требовалось 6,48 человек-часов, а в России - 18,18⁸. Так как себестоимость производства в российской черной металлургии одна из самых низких в мире, наши металлургические комбинаты имеют высокую рентабельность. Напротив, в развитых странах рентабельность комбинатов из-за высоких затрат низкая. Чтобы повысить выручку на тонну реализованной стали и компенсировать издержки, они должны выпускать и продавать дорогую продукцию, в то время как наши комбинаты могут обходиться меньшей выручкой⁹.

Однако наши конкурентные преимущества не являются абсолютными. В российской черной металлургии высокая (до 20%) транспортная составляющая в издержках из-за большой протяженности территории и использования преимущественно железнодорожных перевозок, более дорогих по сравнению с морскими. Кроме того, в последние годы возникли проблемы с обеспеченностью производства металлургическим сырьем (железная руда, кокс, металлолом) и стремительным ростом цен на него. Только за 2004 г. цены на железорудное сырье в России выросли в три раза, в два раза превысив цены мирового рынка, также существенно выросшие¹⁰. Такое положение стало следствием политики ведущих металлургических компаний, являющихся одновременно собственниками крупнейших горнообогатительных комбинатов. Экспортируя руду, добываемую сверх собственных потребностей, они создают искусственный дефицит на внутреннем рынке и взвинчивают цены. И это притом, что Россия имеет треть мировых запасов железной руды и на нее приходится более 7% мировой добычи. Многие металлургические компании имеют мощности по добыче коксующихся углей и также экспортируют их, в то время как Россия далеко не полностью обеспечена собственными коксующимися углями и многим компаниям приходится уголь импортировать.

Из-за роста цен на металлургическое сырье, составляющее в настоящее время более 60% затрат, выросли издержки производства и себестоимость продукции. Например, в структуре затрат на производство стали Магнитогорского металлургического комбината доля основного сырья увеличилась с 52% в 2002 г. до 68% в 2005 г. (в том числе железной руды - с 22,1 до 31%, угля и кокса - с 15,4 до 20,9%). Доля заработной платы, напротив, сократилась с 28 до 17%¹¹. Конкурировать с помощью цен российским комбинатам будет все труднее, тем более что

⁵ www.metaltorg.ru/analytics/black. 28.01.01. «Рынок плоского проката и перспективы его развития в 2004 году».

⁶ www.metaltorg.ru/analytics/publications. 04.11.2003. «Россия в черной металлургии то же самое, что Саудовская Аравия в нефтяном секторе».

⁷ International Yearbook of Industrial Statistics 2005, p. 122, 123.

⁸ www.metaltorg.ru/analytics/black/ 17.01.01. «Анализ мирового рынка стали».

⁹ См. сноску ⁶.

¹⁰ www.metaltorg.ru/analytics/black/ 04.03.2005. «Шок от новых цен железной руды».

¹¹ www.metalloprocat.ru/news/2005/05/14. «За три года сырье для ММК подорожало в 3 раза».

в нашем сегменте рынка уже сейчас в роли ценовых конкурентов выступают китайские компании.

Бедой российской черной металлургии является неэффективное и технологически отсталое производство, особенно сырой стали, а также изношенность оборудования. Уровень износа основных фондов в 2003 г. в среднем составлял 53,5%, в том числе машин и оборудования - 64,5%. На некоторых предприятиях возраст основных фондов оценивался в 60-70 лет при нормативном сроке в 25 лет. Все это стало следствием низких инвестиций в отрасль на протяжении длительного времени. Капиталовложения в расчете на 1 тонну стали в 1996-2000 гг. составляли в России 12-14 долларов, в то время как в ЕС - 25 и в США - 30 долларов¹². Как считают специалисты, технология и оборудование в сталелитейном производстве России отстали на 20 лет. Соответствует им и несовременная структура продукции. Только в России и Украине в больших масштабах сталь производится мартеновским способом (в 2003 г. - 24 и 46% соответственно). В большинстве стран мартеновское производство вообще отсутствует. Сталь во всем мире производится в кислородных конвертерах и электропечах, причем во многих странах в электропечах производится вся сталь. Только Россия, Украина и Индия выпускают сталь в большом объеме в виде слитков (44%, 63 и 35% соответственно). Остальные страны - в виде слабов и заготовок, полученных методом непрерывного литья (96-98%)¹³.

Новые технологии имеют высокую капиталоемкость и большие сроки окупаемости. Поэтому о реальной смене технологического уклада в черной металлургии можно говорить лишь через 15-20 лет при условии, что экономическая конъюнктура в стране и на мировом рынке металлов будет стимулировать процесс перевооружения отрасли¹⁴. Без модернизации основных фондов невозможно решить и проблему качества продукции, являющегося, наряду с ценами, критерием конкурентоспособности. А качество российской металлопродукции на мировом рынке считается низким.

Исходя из вышесказанного, можно полагать, что российские металлургические компании *пока* достаточно конкурентоспособны в сегменте низкопереловой продукции за счет ценовых преимуществ. Но динамичный рост черной металлургии в новых индустриальных странах, особенно в Китае, где конкурентные преимущества так же, как и в России, обусловлены низкой заработной платой и обеспеченностью сырьем, может свести к нулю наши преимущества. Западные страны не пускают Россию на свои рынки высокопереловой продукции, защищая национальных производителей.

Как российской черной металлургии пробиться на рынок дорогой высокопереловой продукции в условиях усиления конкуренции на мировом рынке, роста себестоимости продукции, смещения основной массы прибыли в сторону качественной продукции высоких переде-

лов и частичной потери рынков новых индустриальных стран, которые уже сами в состоянии обеспечить свои внутренние потребности низкопереловой продукцией? Ответ на этот вопрос подсказывает развитие черной металлургии Китая и других стран, например Республики Кореи и Турции. Их опыт позволяет сформулировать два важных фактора успеха страны на современном рынке черных металлов: 1) специализация экспорта, 2) государственная поддержка отрасли, защита внутреннего рынка, активная государственная помощь экспортерам в проникновении и закреплении на новых рынках.

Узкая экспортная специализация на нескольких видах продукции является современной тенденцией в черной металлургии, что подтверждается ростом доли экспорта в мировом производстве (25% в 1980-е годы и около 40% в 2003 г.). Например, в экспорте Республики Корея в 2003 г. 80% приходилось на плоский прокат, в том числе с покрытием и профильный, из них 60% всего на девять продуктов с шестизначными кодами¹⁵. Сортовой длинномерный прокат является основной экспортной специализацией Турции. Турция закупает полуфабрикаты и слэбы в основном в России и Украине и производит прокат с более высокой добавленной стоимостью. Она является одним из крупнейших в мире экспортеров высококачественного проката.

Узкая производственная и экспортная специализация в черной металлургии характерны в основном для молодых стран - производителей металлов. Их металлургическая промышленность создавалась в условиях недостаточной обеспеченности сырьем, малообъемного внутреннего и насыщенного мирового рынка. Для старых металлургических стран, имеющих емкие внутренние рынки и относительно обеспеченных сырьем, узкая экспортная специализация нехарактерна, что подтверждается данными, приведенными в таблице 5.

Таблица 5

Экспортные и импортные цены (удельные стоимости) на черные металлы в некоторых странах
(среднегодовые данные за 1996-2002/2003 гг.)

Страна	Σдельная стоимость, долл./тонн		
	Экспорт (1)	Импорт (2)	Отношение (1) : (2)
США (2002 г.)	409	406	1
Франция (2003 г.)	432	434	1
Япония (2003 г.)	428	455	0,9
Германия (2003 г.)	432	475	0,9
Великобритания (2002 г.)	383	538	0,7
Китай (2002 г.)	275	362	0,7
Италия (2003 г.)	521	379	1,4
Южная Корея (2002 г.)	441	280	1,6
Испания (2002 г.)	512	297	1,7
Турция (2002 г.)	238	141	1,7
Россия (2002 г.)	162	329	0,5

¹² www.metaltorg.ru/analytics/black. 27.01.03. «Инвестиции в черную металлургию России: текущая ситуация».

¹³ Steel Statistical Yearbook 2004. tables 5.9. IISI. Brussels 2004.

¹⁴ www.metaltorg.ru/analytics/black 30.09.03. «Судьба русской стали».

¹⁵ Расчет по данным внешнеторговой статистики ОЭСР.

Средние импортные и экспортные цены на черные металлы по странам зависят от структур экспорта и импорта. По соотношению этих цен можно определить, какие товары, дорогие или дешевые, преобладают в экспорте или импорте различных стран. В США и во Франции экспортные и импортные цены были практически равны, что свидетельствует о сбалансированности структур экспорта и импорта. По-видимому, это справедливо и для Японии и Германии. В экспорте Великобритании, Китая и особенно России преобладали дешевые виды металла, что говорит о существенной доле в нем низкопередельной продукции. В Италии, Республике Корея, Испании и Турции, напротив, дорогая металлопродукция составляла большую часть экспорта. Россия - старая металлургическая страна с емким внутренним рынком и запасами собственного металлургического сырья, но с отсталой технологической структурой производства в отрасли, устаревшими основными фондами и низкой производительностью труда. Конкурентоспособность поддерживается только благодаря низким издержкам производства. Переход к экспорту продукции высоких переделов до существенной технологической перестройки отрасли, по-видимому, возможен лишь в рамках узкой специализации на нескольких видах высококачественных товаров с высокой добавленной стоимостью и на базе целевой государственной программы. Программа должна содержать механизм стимулирования отрасли к перестройке структуры производства и экспорта, так как в условиях высокой рентабельности и достаточно прочных позиций на мировом рынке низкопередельной продукции чисто рыночные стимулы практически отсутствуют.

Примером активного государственного регулирования черной металлургии, как, впрочем, и других отраслей, и продвижения их продукции на мировых рынках является Китай. Аналитики отмечают агрессивную экспортную стратегию Китая, с помощью которой он практически монополизировал мировые рынки текстиля, детских игрушек, велосипедов, магния, кремния, ферросплавов, кокса и коксующегося угля и др. Такая же участь может постигнуть и «стальной» рынок. Китай за короткий промежуток времени вышел на первое место в производстве стали (около одной трети мирового производства), насытил свой рынок собственным металлом, в основном низкопередельным, стал «чистым» экспортером пока также продукции низших переделов. Но он уже нацелился на высокий передел. Экспансии Китая на этих рынках предшествовали масштабные многолетние государственные инвестиции и льготы для экспортных отраслей, затем осуществлялись демпинговые поставки, убиравшие конкурентов, и закреплялась монополия на рынке. Позже поставки товара ограничивались, и цены вырастали¹⁶. Эффективность такой стратегии заслуживает внимания.

Цветные металлы. Наряду с продукцией черной металлургии, цветные металлы входят в группу глобально конкурентоспособных товаров российского экспорта. В

мировом экспорте Россия прочно удерживает позиции по поставкам никеля (до 30% мирового экспорта) и алюминия (около 15%). В 2005 г. стоимостный объем российского экспорта никеля превысил 3,6 млрд. долларов, экспорт алюминия приблизился к 5,7 млрд. долларов. В российском экспорте на эти металлы приходилось в 2005 г. 3,2%¹⁷. Мировой рынок оказывает большое влияние на отечественную цветную металлургию ввиду высокой экспортной ориентированности этой отрасли. Свыше 80% поставок идет на экспорт. В составе экспорта алюминия в 2005 г. 84,5% - продукция первых переделов (против 82,6% в 2003 г.). Это - полуфабрикаты: необработанный нелегированный алюминий, необработанный легированный алюминий. На продукцию высоких переделов (прутки и профили, проволока, прокат, трубы и конструкции из алюминия) приходилось только 14% экспорта (против 16% в 2003 г.). Таким образом, за 2003-2005 гг. специализация экспорта на первых переделах не снижается. По структуре экспорта Россия существенно отличается от других стран - экспортеров алюминия. Доля необработанного алюминия здесь наивысшая: почти 85% против 60% в Канаде, 75% в Норвегии и 48% в Китае. Доля проката и изделий из алюминия - самая низкая (см. таблицу 6).

Таблица 6

Товарная структура экспорта алюминия,
(в процентах от стоимости экспорта)

Передель	Россия (2005)	Канада (2003)	Норвегия (2002)	Китай (2002)
Алюминий - всего	100	100	100	100
Необработанный нелегированный	62,2	28,5	8,8	38,0
Необработанный легированный	22,3	31,1	66,0	10,1
Отходы и скрап	< 0,1	5,6	1,2	0,5
Прутки, стержни, профили	4,0	4,3	3,7	9,3
Проволока	3,0	4,6	2,7	0,35
Листы, пластины, ленты	4,9	13,0	11,3	3,9
Фольга из алюминия	1,6	3,0	1,5	5,0
Трубы и трубки из алюминия	0,3	0,4	10,0	1,1
Конструкции из алюминия	0,3	4,2	0,7	10,2

Присутствие России на мировом рынке алюминия растет, причем не за счет небольшого увеличения производства, а за счет все большей ориентации на экспорт. Вывоз необработанного алюминия вырос за 2003-2005 гг. с 3,1 до 3,7 млн. тонн.

Две крупнейшие российские компании «Русский алюминий» и СУАЛ длительное время сохраняли устойчивое положение в числе ведущих мировых производителей алюминия. В марте 2007 г. завершилось объединение этих двух компаний с присоединением швейцарской компании Glencore. Объединенная компания «Российский

¹⁶ www.metaltorg.ru/analytics/black 16. 08.04. «Новое лицо китайского рынка».

¹⁷ Таможенная статистика внешней торговли РФ. 2005. Т. 1. - М., 2006.

алюминий» стала крупнейшим в мире производителем первичного алюминия и глинозема.

Основные цветные металлы из России продаются на мировом рынке по ценам ниже средних мировых. Если медь и никель продавались в 2004 г. на внешнем рынке за 95 и 96% от средних мировых цен [по трехмесячным контрактам Лондонской биржи металлов (ЛБМ)], то алюминий продавался по ценам в 68% от средней цены на ЛБМ¹⁸. Удельная стоимость экспортируемого из РФ алюминия составила в 2005 г., по данным таможенной статистики РФ, 1300 долл./тонн. Это около 70% от цен Лондонской биржи металлов (1890 долл./тонн на октябрь 2005 г.). При этом себестоимость производства алюминия на заводах «Русала» составляла в 2005 г. 940-980 долларов за тонну, что при текущих ценах означает 100%-ную рентабельность российского алюминиевого производства¹⁹.

Относительно низкие цены, базирующиеся на низких производственных издержках (в основном за счет низкого уровня заработной платы и пока еще относительно дешевой энергии), обеспечивают конкурентоспособность российских производителей цветных металлов даже в

периоды вялой конъюнктуры рынка, при снижающихся мировых ценах. Именно в такие периоды, как это происходило в 2000-2003 гг., российские экспортеры получают возможность расширить свое присутствие на мировых рынках. Положение российских экспортеров цветных металлов и изделий из них на мировых рынках иллюстрирует таблица 7 по материалам об импорте алюминия в Германию из России. Наряду с ценовыми показателями, в качестве приближения к которым приняты удельные стоимости импорта и их соотношения, в таблице показаны объем и динамика импорта, а также доли поставщика в общем объеме импорта. Показатели удельной стоимости импорта из России сопоставлены с принятыми за 100 средними (для всего импорта Германии) значениями удельной стоимости по каждому товару. Как видно из данных таблицы 7, практически по всем позициям Россия имеет ценовые преимущества. При этом по продукции первого передела (необработанный алюминий, отходы и scrap) преимущества минимальные. Тем не менее импорт товаров первого передела растет, и доля России в импорте Германии по этим товарам высока.

Таблица 7

Российский алюминий в импорте Германии

Наименование	Импорт млн. долларов	Динамика импорта 1996=100	Удельная стоимость импорта РФ, долл./тонн	Соотношение удельных стоимостей. РФ/ средняя	Доля РФ в импорте, в %	
					1996	2003
<i>Алюминий</i>						
Необработанный нелегированный	262,1	196	1523	94,6	14	20
Необработанный легированный	46,9	1188	1429	84,3	0	3
Отходы и scrap	95,6	536	1478	130,9	6	18
Порошки и чешуйки	17,2	126	1864	84,0	35	31
Прутки, стержни, профили	41,6	457	2308	71,6	1	5
Проволока	90,5	7592	1461	81,9	1	43
Листы, пластины	60,7	320	2351	78,6	2	5
Фольга из алюминия	5,3	347	2570	57,8	0	1
Трубы из алюминия	9,5	605	2797	69,6	1	5
Конструкции из алюминия	0,1	135	3267	52,4	0	<0,5

Источник: ITCS - International Trade by Commodity Statistics. Volume 2004/1, CD 1/4. OECD, 2004.

Импорт никеля из России еще в большей степени, чем алюминий, сконцентрирован на продукции первого передела. На «никель необработанный нелегированный» приходилось в 2003 г. 98,8% всего импорта этого металла из России в Германию. Хотя удельная стоимость импорта российского никеля первого передела приближалась к средней (96,7%), его импорт вырос за 1996-2003 гг. на 1/3, а доля в немецком импорте по этой позиции устойчиво держится на уровне около 45%. Что же касается изделий из никеля (прутки, профили, проволока), то их доля в немецком импорте не превышала 0,5%, несмотря на весьма значительные ценовые преимущества (71% от среднего показателя).

Необработанные цветные металлы представляют собой собственно международные товары с идеальной взаимозаменяемостью одноименных товаров из разных стран. В силу этого сравнение цен на эти товары по шестизначным кодам Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности²⁰ правомерно, ибо влияние ассортимента и качества может не приниматься во внимание, оно несущественно. На рынках таких товаров состав «игроков» определяется доступом к сырьевым ресурсам. Внешнеторговые цены (а в меньшей степени также и внутренние) формируются в основном под воздействием спроса мирового рынка и изменяются параллельно во всех странах-поставщиках. Важнейшим фак-

¹⁸ Состояние мирового рынка металлов по итогам 2005. <http://www.metaltorg.ru/analytics>. 03.04.06.

¹⁹ Оптимизм рынка алюминия. <http://www.metaltorg.ru/analytics>. 20.10.05.

²⁰ См. сноску ³.

тором, задававшим высокую конъюнктуру мирового рынка в 2004-2005 гг., являлся спрос со стороны Китая, который в короткие сроки стал ведущим производителем и потребителем цветных металлов в мире. К концу 2005 г. пик спроса был пройден, однако цены на цветные металлы сохраняются на высоком уровне. Так, цена на никель на Лондонской бирже металлов только за три первых месяца 2007 г. выросла на 50% и достигла в апреле 2007 г. 52,7 тыс. долларов за тонну²¹.

В отличие от сырья товарные группы, представляющие готовую продукцию, то есть более высокие переделы, - неоднородны. Импорт товаров одноименных групп из разных стран может существенно различаться как по ассортиментному составу, так и по качеству, по технологической новизне. В силу этого преимущество по удельной стоимости не может служить единственным показателем конкурентоспособности. Более надежными характеристиками в таких случаях являются динамика импорта и доля поставщика в суммарном импорте по данной товарной позиции. По продукции высоких переделов ценовые преимущества РФ более значительны, чем по полуфабрикатам, но объемы и доли в импорте по большинству видов продукции здесь существенно ниже. Очевидно, что дешевизна в данном случае не является определяющим качеством. Конструкции из алюминия поступали в 2003 г. на немецкий рынок по цене, почти вдвое ниже средней, однако доля России в импорте остается незначительной. Аналогичная ситуация отмечается и в отношении таких товарных групп, как «прутки, профили, проволока из никеля», «фольга из алюминия».

В 1996-2003 гг. по всем видам продукции из алюминия, представленным в таблице 7, отмечался бурный рост импорта из России. Причина здесь двоякая. С одной стороны, низкий уровень базового 1996 г., с другой - высокая рентабельность российского алюминия, позволяющая расширять экспорт в период низких цен, когда другие поставщики сокращают производство. На соотношения цен стран-конкурентов большое влияние в рассматриваемый период оказала относительная динамика национальных валютных курсов. Наибольший отрыв российских цен от цен конкурентов отмечался в 1999-2001 гг., то есть в период после дефолта августа 1998 г., когда российский рубль подвергся масштабной девальвации. Так, в 1999 г. удельная стоимость импорта никеля из Норвегии была на немецком рынке на 14% дороже российского показателя, а на рынке Великобритании дороже даже на 69%. По «конструкциям из алюминия» российский импорт в 2000 г. был в 5,5 раза (!) дешевле, чем средний показатель рынка Германии. В этот период произошло некоторое усиление позиций России по ряду товаров, прежде всего по «проволоке из алюминия». Рост российского экспорта алюминиевой проволоки начался в 2001 г., в период низкой конъюнктуры рынка. Стоимость экспорта выросла с 0,3 млн. долларов в 2000 г. до 90,5 млн. долларов в 2003 г., а доля в немецком импорте по данной позиции

за это время увеличилась от отметки, близкой к нулю, до 43%. При этом рост был осуществлен исключительно за счет физического объема экспорта (с 0,2 млн. до 61,9 млн. тонн) при некотором снижении цен. Отклонение удельной стоимости российского экспорта от среднего значения достигло в этот период максимума (75% от средней). В Германию направлялась почти половина всего российского экспорта алюминиевой проволоки. С укреплением российской валюты рост немецкого импорта продукции высоких переделов из России прекратился. За 2003-2005 гг. физический объем экспорта алюминиевой проволоки из России сократился.

В отличие от ведущих мировых производителей алюминия, стремящихся диверсифицировать производство, развивая прокат и протяжку, внедряя глубокую переработку, российские компании фактически отказываются от производства алюминиевой продукции высокого передела. Транснациональный алюминиевый гигант Alcan получает от реализации первичного алюминия только 42% всей прибыли, по 18% дают прокат и производство упаковки, 9% - конструкции из алюминия. Таким образом, на продукцию высоких переделов приходится 45% прибыли. Китай реализует масштабные планы об удвоении к 2007 г. производства алюминиевого проката. Напротив, в планах «Российского алюминия» - распродажа прокатного производства. Инвестиции планируются исключительно в развитие сырьевой и энергетической базы для расширения выпуска первичного алюминия²². Такой акцент в развитии ведет к повышению ориентации на экспорт полуфабрикатов, к усилению зависимости от конъюнктуры мирового рынка. По-видимому, низкие издержки производства, высокая рентабельность и прочное положение на мировых рынках низкопереловой продукции не стимулируют отечественных производителей алюминия и других цветных металлов к стратегическим долгосрочным инвестициям, необходимым для перехода на более высокий технологический уровень производства и на экспорт продукции высоких переделов. Эта ситуация похожа на ту, что сложилась в черной металлургии, и, следовательно, потребуются аналогичные действия, чтобы подтолкнуть отрасль к диверсификации производства и экспорта.

Лесопромышленный комплекс. Лесопромышленный комплекс (ЛПК) - одна из ведущих экспортных отраслей России. По запасам леса Россия занимает 1-е место в мире (23%), по объему лесозаготовок - 4-е. В отрасли занято свыше 1 млн. человек. Однако ресурсы леса используются нерационально. За 20 пореформенных лет заготовка деловой древесины сократилась в 2,7 раза, пиломатериалов - в 3,5, выпуск бумаги и картона - в 1,5 раза. Доля России в мировой торговле лесными товарами уменьшилась с 18 до 2%. Около 50% продукции комплекса вывозится из страны. На экспорт идет в основном сырье - необработанный круглый лес по крайне низким ценам, а также наиболее дешевые продукты деревообработки и цел-

²¹ Время новостей, 06.04.07.

²² Алюминий: с сырьем или без? <http://www.metaltorg.ru/analytcs>. 16.03.07.

люлозно-бумажного производства. В настоящее время Россия обеспечивает до 35% мирового рынка сырья для лесобумажной промышленности (по физическому объему), причем этот показатель растет. В то же время готовая продукция лесопереработки из России мало заметна на мировом рынке²³.

По данным Минпромэнерго, в 2006 г. на необработанный лес хвойных пород (товарный код 440320) приходилось 35% российского экспорта продукции ЛПК по стоимости, на хвойные пиломатериалы первичной обработки (440710) - 23, на продукцию целлюлозно-бумажной промышленности - 28,6, на фанеру и древесные плиты - 8,1, на прочие товары - 5,2%²⁴. Таким образом, около 2/3 экспорта ЛПК представлено сырьем и продукцией первого передела. Такая структура принципиально отличается от достаточно стабильной структуры мирового экспорта, в которой около 40% приходится на бумагу и изделия из нее, 20% на мебель, 10-12% на печатные материалы и только менее 30% на все прочие товары, включая необработанный лес и пиломатериалы²⁵.

Экспортная ориентация российского ЛПК выше, чем в других экспортных отраслях, включая нефтедобычу: на экспорт направляется свыше 50% заготавливаемого круглого леса, 80% целлюлозы, около 70% газетной бумаги. По объему валютной выручки лесной комплекс стоит на 5-м - 6-м месте в РФ. В 2005 г. экспортировано товаров на 8,3 млрд. долларов. Однако одновременно Россия *ввозит* большие объемы разнообразной продукции глубокой переработки древесины. Стоимость импорта продукции ЛПК²⁶, включая мебель, превысила в 2005 г. 4,2 млрд. дол-

ларов. При этом импорт по темпам годового прироста значительно обгоняет экспорт, поэтому внешнеторговый баланс комплекса через несколько лет может стать дефицитным. По темпам роста импорта полуфабрикатов и готовых изделий из дерева и бумаги Россия входит в десятку мировых лидеров. Так, импорт мелованной бумаги и мелованного картона возрастал в 2003-2004 гг. с темпом 25% в год²⁷. Если по необработанной древесине экспорт России в 15 раз превышает ее импорт, то по бумажной продукции, печатным материалам и мебели - ситуация обратная: по бумаге и изделиям из нее импорт в 2005 г. более чем в 1,6 раза превышал экспорт по стоимости²⁸. С укреплением российского рубля объемы поставок на внутренний рынок будут возрастать. Большие объемы импорта целлюлозно-бумажной продукции и постоянный рост доли дорогостоящей высокотехнологичной продукции в импорте делают импортозамещение приоритетной задачей.

Из изделий деревообработки импортируются: строительные материалы (оконные и дверные блоки, паркет, отделочные панели) преимущественно из Финляндии, Словении, Италии, Германии, древесные плиты (в основном из Германии, Польши, Италии), мебель (крупнейшие поставщики - Италия, Польша, Финляндия, Германия). Россия вывозит по низким ценам сырье и продукцию первого передела, тогда как в импорте доминирует дорогостоящая готовая продукция, зачастую изготовленная из российского сырья. Эту ситуацию наглядно иллюстрирует торговля России с Финляндией, являющейся крупнейшим в Европе импортером российского леса (см. таблицу 8).

Таблица 8

Лесопромышленный комплекс. Торговля между РФ и Финляндией в 2002 г.

Товарный код	Наименование	Импорт Финляндии из РФ		Экспорт Финляндии в РФ		Сравнение удельных стоимостей, в разах (2) / (1)
		млн. долларов	удельная стоимость, долл./тонна (1)	млн. долларов	удельная стоимость, долл./тонна (2)	
44	Древесина и изделия из нее	455	42,3	34,4	1018,1	23,9
4403	Лесоматериалы необработанные	399	35,8	<0,5	-	-
4407	Лесоматериалы первичной обработки	17	179,4	2,2	686,9	3,8
4412	Фанера клееная	16	491,5	1,1	959,7	1,9
4418	Строительные столярные и плотницкие изделия	1,5	326,0	20,6	2878,4	8,8
47	Масса из древесины	2,6	320,9	15,0	345,6	1,1
48	Бумага, картон; изделия из бумаги	30	409,7	243,8	921,6	2,2
4801	Бумага газетная в рулонах, листах	19	366,3	0,6	597,4	1,6
4819	Σ паковочные материалы из бумаги	<0,5	-	17,9	2025,2	-
49	Печатные материалы	0,1	7860,8	101	1958	0,25

Источник. Расчет по данным International Trade by Commodity Statistics, Volume 2004/1, CD 2/4, OECD, 2004.

²³ Материалы Думских слушаний «О правовом обеспечении федеральной программы по развитию лесного сектора экономики России». Парламентская газета. 5 апреля 2006. № 50.

²⁴ Business Guide, Коммерсант, 25 апреля 2007. № 70.

²⁵ Семагин С. Продукция лесопереработки // Экономист. 2006. № 1. С. 90-93.

²⁶ Товарные коды 44-49.

²⁷ ЦБП России разрывается между двумя стратегиями развития - развитием экспортной составляющей и импортозамещением. <http://www.rtw.ru/an.asp?show=a043>.

²⁸ Таможенная статистика РФ. 2005. М., 2006.

Сопоставление объемов и удельных стоимостей импорта Финляндии из России с соответствующими показателями ее экспорта в Россию демонстрирует большие расхождения по одноименным товарным позициям. Удельная стоимость финского экспорта в РФ по крупной товарной группе «Древесина и изделия из нее» (товарный код 44) превышает показатель импорта из России по той же позиции в 24 раза (!). Столь большой разрыв объясняется в первую очередь разным ассортиментным составом импорта и экспорта по этой товарной группе. В импорте Финляндии из РФ преобладает (свыше 90%) необработанная древесина хвойных пород, то есть круглый лес, с низкой удельной стоимостью. Напротив, в экспорте главная роль принадлежит разнообразной продукции глубокой обработки древесины. Это - «окна, балконные двери, дверные коробки, паркет щитовой» (товарный код 441810) с удельной стоимостью 4732,9 доллара за тонну, рамы деревянные для картин, фотографий и зеркал (4414) с удельной стоимостью 1000 долларов и др. Даже по шестизначным, наиболее четко определенным позициям отмечаются значительные расхождения. Так, по позиции «хвойные пиломатериалы толщиной свыше 6 мм» (440710) цены расходятся в 3,8 раза, что связано с различной степенью первичной обработки: пропитка, покраска, шлифовка и т. д. Различие в цене пиломатериалов для конечного потребителя, а следовательно, и в выручке, в зависимости от вида обработки оценивается в 3,5-4 раза²⁹.

Аналогичная картина по торговле бумажной продукцией (товарный код 48). Импорт из России оплачивается по 410 долларов за тонну, тогда как экспорт в Россию идет по 922 долларов. Импорт состоит в основном из газетной бумаги дешевых сортов, тогда как экспортируются дорогие сорта бумаги: «упаковочные материалы из бумаги и картона» по 2025 долларов за тонну, «обои и другие изделия из бумаги и картона» по 2428 долларов, косметическая, гигиеническая и туалетная бумага и др. В экспорте Финляндии большое место занимают дорогостоящие пе-

чатные материалы. Из России также импортируются художественные альбомы, репродукции и др. с еще более высокой удельной стоимостью. Однако финский экспорт в Россию по этой позиции в 1000 раз (!) превышает по стоимости импорт из России.

Преобладание продукции высоких переделов обеспечивает высокую эффективность экспорта Финляндии. По заготовкам леса Финляндия уступает России более чем вдвое, но ее доход от экспорта продукции лесопереработки втрое выше, чем в России. За стремление стать лидером по поставкам необработанного леса Россия платит неэффективностью экспорта. Одновременно быстрыми темпами идет истощение территориально доступной ресурсной базы.

Крупнейшие импортеры российской древесины (круглый лес) и лесоматериалов первичной обработки - Япония, Китай и Финляндия. На эти три страны приходится до 80% российского экспорта древесины. Позиции российских товаров на рынках азиатских стран характеризуют данные, приведенные в таблице 9. Рынки Японии и Китая существенно различаются по показателям динамики. В 1996-2003 гг. в Японии, как и в европейских странах, отмечалось резкое сокращение импорта лесобумажных товаров (кроме древесной целлюлозы). Но при этом импорт пиломатериалов и фанеры из России стремительно возрастал, что связано с низкими относительными ценами на российскую продукцию: по необработанной древесине - 63% от средней удельной стоимости японского импорта этих товаров, по пиломатериалам - 72, по фанере - 42%. В Китае бурный экономический рост порождает высокий спрос на импорт всех видов сырья и полуфабрикатов. При этом импорт из России растет во много раз активнее, чем импорт из других стран. Так, если весь китайский импорт пиломатериалов вырос за 1996-2003 гг. в семь раз, то импорт из России - в 82 (!) раза. Наибольшие ценовые преимущества на азиатских рынках Россия имеет по необработанной древесине и древесине первичной обработки (пиломатериалы) (см. таблицу 9).

Таблица 9

Продукция российского ЛПК в импорте Японии и Китая

Наименование	Товарные коды	Стоимость импорта, млн. долларов			Динамика, 1996=100		Σдельная стоимость импорта		
		Весь импорт	в том числе из РФ	Доля РФ в импорте	Весь импорт	в том числе из РФ	В среднем	Из РФ	Соотношение РФ/ средняя
Импорт Японии, 2003									
Всего		375835	4153	1,1	107,6	105,5	396,2	320,0	80,8
Круглый лес	440320	1278	374	29,3	43,1	69,5	122,1	77,3	63,3
Пиломатериалы	440710	2190	160	7,3	60,4	166,6	271,1	195,5	72,1
Столярные изделия	4418	75	10	12,8	92,7	616,6	4100,1	592,9	14,5
Фанера	4412	1688	6	0,3	39,4	15989,9	2,8	3,0	106,7
Целлюлоза	4703	920	16	1,7	103,8	735,3	1006,3	438,4	43,6
Импорт Китая, 2002									
Всего		295170	8407	2,8	212,6	163,2	296,8	251,8	84,9
Круглый лес	440320	997	869	87,2	2208,0	6646,4	63,2	62,8	99,4
Пиломатериалы	440710	166	50	30,2	712,7	8218,6	139,8	109,8	78,5
Целлюлоза	4703	1819	352	19,4	337,3	510,0	406,3	392,8	96,7
Газетная бумага	480100	94	15	15,9	48,2	34,3	478,3	512,1	107,1

²⁹ См.: Павлихин А. Российский лес с высоты небес // Эксперт. 2006. № 34.

В Европе главный торговый партнер по деловой древесине - Финляндия, в меньшей степени - Швеция. А по пиломатериалам - Великобритания, Германия, Италия. Из европейских стран значительные объемы необработанной древесины из России импортирует только Финляндия, по этой позиции импорт Финляндии из России многократно превышает суммарный импорт остальных европейских стран. Доля РФ в финском импорте необработанной древесины достигала в 2002 г. 90%, по пиломатериалам - 70%. За 1996-2002 гг. импорт из России удвоился. В Германии суммарный импорт пиломатериалов к 2003 г. сократился до 70% от уровня 1996 г., но при этом импорт из России вырос в 2,5 раза, а его доля в импорте поднялась с 4 до 14%. Удельная стоимость российского импорта - около 2/3 от уровня конкурентов. По фанере, древесной целлюлозе и газетной бумаге Россия также имеет существенные ценовые преимущества, но ее доля в импорте Германии не превышает 10-12%. Та же картина и на французском рынке, где импорт пиломатериалов из России на 17% дешевле среднего показателя. Несмотря на существенные ценовые преимущества, импорт товаров высоких переделов в Европу остается на низком уровне.

В мировом производстве целлюлозно-бумажной продукции Россия занимает 12-е место (2%) и не оказывает существенного влияния на мировой рынок. Доля целлюлозы российского происхождения на рынках Европы составляет сегодня 1-2%, доля тарного картона - 4-5%. За последние годы объемы российского производства целлюлозно-бумажной продукции стабильно растут, но объемы экспорта остаются незначительными, прибыльность экспортных операций падает. Мировой рынок целлюлозы перенасыщен, и российские производители вынуждены продавать товар со значительными скидками из-за недостаточно высокого качества продукции. Отечественные компании производят целлюлозу на оборудовании, которое в Европе использовалось 40 лет назад, и только 5% оборудования соответствует современному уровню. Устаревшее оборудование обуславливает высокую ресурсоемкость российской продукции. На рынке новых высокотехнологичных продуктов, спрос на которые быстро растет, Россия отстает от стран-конкурентов: многие виды новейшей лесобумажной продукции в России вовсе не производятся. Серьезным конкурентом на рынке становится Латинская Америка, где расширяется выпуск белой эвкалиптовой целлюлозы. Быстрорастущий эвкалипт может потеснить древесину хвойных пород на этом рынке. В этих условиях ценовая конкурентоспособность российских производителей пока еще обеспечивается за счет низкой стоимости ресурсов: воды, газа, электроэнергии, древесины, химикатов. Но такое положение вряд ли сохранится долго.

Все основные виды лесобумажных товаров из России предлагаются по ценам, ниже мировых. Каковы же при-

чины ценовых преимуществ России и насколько они устойчивы?

Относительная дешевизна российского лесного экспорта базируется на низких производственных издержках, прежде всего на низкой заработной плате в лесозаготовительной отрасли. Обратной стороной ценового преимущества является низкая рентабельность отрасли. Контрактные цены на продукцию лесозаготовителей часто всего на 2-3% выше себестоимости. По данным подкомитета Госдумы по лесным ресурсам, свыше половины предприятий в ЛПК убыточны, из них 70% - леспромысловы³⁰. В приграничных районах Сибири и Приморского края лесозаготовки - единственный источник заработка для населения, вынужденного продавать лес на любых условиях. Не имея средств для оплаты дорогостоящего транспорта, лесозаготовители прибегают к помощи посредников (преимущественно из Китая). Последние диктуют свои правила, реализуют лес на «неформальных условиях», ставших здесь нормой³¹.

По оценкам МПР и Минэкономразвития, не менее 60% объема российского лесозэкспорта не отвечает мировым стандартам качества и товарного вида в основном из-за физического и морального износа оборудования. Это приводит к снижению цен и соответственно к падению рентабельности большинства отраслей. Ужесточение эксплуатационно-экологических стандартов качества древесины и продуктов ее переработки в странах - членах ВТО требует внедрения сертификации продукции на базе международных стандартов. Без этого трудно выходить на зарубежные рынки.

Важную роль в установлении адекватных цен играет и организация экспортной торговли. Во времена Советского Союза экспорт леса осуществляли крупные государственные компании - «Экспортлес» и другие внешне-торговые объединения. Эти авторитетные фирмы с успехом выступали на внешних рынках, контролировали объемы экспорта, проводили единую ценовую политику. Сейчас же на внешний рынок непосредственно выходят, по разным оценкам, от 15 до 36 тыс. компаний, конкурирующих между собой, что ведет к снижению цен. «Если в мире и Европе лесным бизнесом занимается десяток крупных холдингов, которые владеют именно этими операциями, то в России 36 тысяч. И вот такая «мелкота» в принципе не решает всех проблем по содержанию и реализации лесного ресурса»³².

Опережающий рост импорта леса из России в 1999-2003 гг. и ценовые преимущества, достигавшие максимума в этот период, не в последнюю очередь связаны с резким изменением валютного курса рубля после кризиса 1998 г. Понижение валютного курса создало условия для экспортной экспансии. Сохранение разрыва между паритетом покупательной способности и валютным курсом рубля остается и сейчас одним из условий, позволяющим

³⁰ Парламентская газета. 5 апреля 2006 г. № 50.

³¹ Неформальная экономика лесопользования в Иркутской области. <http://www.drevesina.com/materials.htm/a5/>.

³² Из интервью Руководителя Федерального агентства лесного хозяйства В.П. Рощупкина: лес - богатство России, которым она не умеет распорядиться. <http://www.rtw.ru/an.asp?showbyid=4040>.

российским экспортерам конкурировать за счет относительно низких цен. Значительное отклонение валютного курса от паритета покупательной способности рубля стимулирует экспорт сырья в ущерб переработке его внутри страны. В результате наблюдается рост экспорта при сокращающемся производстве. Так, экспорт пиломатериалов вырос за 1992-2006 гг. в 2,6 раза, тогда как производство сократилось в 2,4 раза - до 42% от уровня 1992 г.³³

Следует отметить еще один важный момент, ведущий к снижению цен. Это - массовые нарушения таможенных правил при вывозе леса из России. В большинстве случаев в таможенных декларациях занижаются показатели количества. Так, в 2002 г. при экспорте пиломатериалов в Великобританию на российской таможне зарегистрировано всего 54% от количества, фиксируемого в стране-импортере, при экспорте в Финляндию 64%. По существу, это контрабандный вывоз леса. Таможенная стоимость при экспорте необработанной древесины и пиломатериалов занижается в среднем на 1/4, что означает существенную недоплату таможенных сборов, возможность манипулирования ценой.

Помимо нарушений таможенного режима, широко распространены и вовсе бесконтрольные способы вывоза лесных товаров. Согласно официальному заявлению министра природных ресурсов РФ, в лесном секторе образовался «абсолютно криминализованный бизнес», а «лазейки в законодательстве, в процедуре контроля и работе федеральных органов власти носят неслучайный характер»³⁴. На контрабандную древесину из России приходится 15% мирового рынка лесопроductии. По оценкам торгово-экономических структур ООН (ЮНИДО, ЮНКТАД), Россия занимает 4-е место по демпинговой лесоэкспортной контрабанде (после Бразилии, Демократической республики Конго и Индонезии)³⁵. По данным природоохранных органов, в стране ежегодно незаконно заготавливается минимум 19 млн. кубометров леса. На криминальные рубки леса приходится 20-40% оборота древесины в стране³⁶. Незаконно заготовленная древесина попадает на мировой рынок по демпинговым ценам, резко снижая эффективность российского экспорта.

Важнейшая проблема, стоящая перед ЛПК, - это диверсификация экспорта, то есть переход от экспорта необработанной и слабо обработанной древесины к более эффективному экспорту продуктов глубокой обработки. Не менее остро стоит и проблема импортозамещения. Потенциальные возможности российского ЛПК велики. По расчетам подкомитета Государственной Думы РФ по лесному хозяйству, через 10-15 лет производство валового продукта в лесной отрасли может быть увеличено в

10-11 раз, а выручка с нынешних 8-10 млрд. долларов может подняться до 100-130 млрд. долларов в год, что сопоставимо с выручкой от экспорта нефти и газа³⁷. При этом в отличие от нефти и газа это будет выручка от *возобновляемых* ресурсов. Для решения поставленных задач предлагается ряд мер тарифного регулирования. С одной стороны, повышение экспортных пошлин на экспорт необработанного леса, введение обязательной сортировки леса по диаметру, а в дальнейшем обязательной его сертификации. С другой стороны, снижение экспортных пошлин на продукты глубокой переработки. Необходимо также обнуление тарифных ставок на импорт технологического оборудования для ЛПК.

Но одних только мер тарифного регулирования недостаточно. Остро стоит вопрос о *коренной модернизации* отрасли. Для этого необходимо привлечение в лесную отрасль значительных капиталовложений. Необходимые *ежегодные* капиталовложения на техническое перевооружение отрасли определяются в размере 135 млрд. рублей, тогда как в бюджете 2007 г. на эти цели выделено только 7,7 млрд. Министерство природных ресурсов требует дополнительных ассигнований в размере 8,9 млрд. рублей на обеспечение реализации положений нового Лесного кодекса РФ³⁸. Общие потребности в инвестициях на ближайшие 11 лет оцениваются в размере более 1 трлн. рублей³⁹. Но на сегодняшний день реальные инвестиции готовы осуществлять лишь самые крупные лесопромышленные компании. Остальные предприятия лишены ресурсов для модернизации и для проведения лесовосстановительных работ. Особенно велико их число в лесозаготовке. В этом секторе крупные лесопромышленные холдинги контролируют не более 10% заготовок. Остальная часть приходится на множество мелких и средних предприятий. А как раз здесь и требуются серьезные вложения, ведь доступные лесные ресурсы уже в значительной мере исчерпаны. Освоение новых площадей требует развития инфраструктуры, в частности дорожного строительства. Нехватка лесовозных дорог оценивается в 7600-12500 км⁴⁰. Без развитой транспортной инфраструктуры перерабатывающие компании уже в скором времени будут испытывать дефицит древесного сырья.

В 2005-2006 гг. приток капитала в обрабатывающие секторы ЛПК усилился. В 2006 г. объем инвестиций составил 1,4 млрд. долларов, из них 490 млн. - иностранные⁴¹. О намерении развивать производство в России объявили четыре крупнейших мировых лесопромышленных концерна, в их числе американский холдинг International Paper, шведская SCA Hygiene Prdts, шведско-финский концерн Stora-Enso и др. Число предлагаемых проектов пре-

³³ Лесопильный бизнес в России. Январь 2007. rwt.ru/an.asp?show=068; Лесная промышленность России. Перспективы развития. Октябрь 2006. rwt.ru/an.asp?show=066.

³⁴ Министр Трутнев подвел итоги своей работы в области управления лесами России. rwt.ru/news. Май, 2007.

³⁵ Экономика и жизнь от 01.09.2006.

³⁶ Моисеев Н. Кодекс лесного разора // Экономика и жизнь, № 2, янв. 2007.

³⁷ Парламентская газета от 01.09.2006; Известия 26. 11. 06. Следует отметить, что эксперты считают такие оценки чрезмерно оптимистичными.

³⁸ Доклад министра Ю.П. Трутнева на заседании правительства РФ. 24 мая 2007 г. <http://rwt.ru/news>.

³⁹ Лесная промышленность России: перспективы развития. Октябрь 2006. rwt.ru/an.asp?show=066.

⁴⁰ Леспром в стагнации, но оживление не за горами // Ведомости от 28.06.2006.

⁴¹ <http://rwt.ru/biznes.asp>.

вышает 100. Однако реализация большинства проектов до сих пор не начата, многие из этих проектов подвергаются серьезной критике со стороны экспертного сообщества⁴².

Для комплексного решения проблем ЛПК необходима детально разработанная государственная программа. В новом Лесном кодексе, вступившем в силу с 1 января 2007 г., полномочия в сфере использования, охраны и защиты лесов передаются субъектам РФ. Тем самым ослаблена ответственность верховной власти за государственную лесную политику. Но только на федеральном уровне могут быть осуществлены программы, обеспечивающие полноценное развитие лесного сектора. В их числе - Программа возрождения отраслевой науки лесопользования, призванная определять инновационный вектор развития отрасли как главный фактор повышения конкурентоспособности. Необходимы также программы восстановления

и развития лесного машиностроения, развития инфраструктуры лесопользования, программа поддержки мелких и средних предприятий в лесном секторе и др.

* * *

Изменение «сырьевого имиджа» России и завоевание рынков продукции высоких переделов потребуют кардинальной технологической модернизации главных экспортных отраслей, более узкой специализации экспорта на высококачественной продукции высоких переделов. Это невозможно осуществить без мощной государственной поддержки и целевых государственных программ. Необходимы также меры как по защите внутренних рынков этих отраслей, так и по государственной поддержке экспорта и преодоления дискриминации российских компаний на мировых рынках.

⁴² Мифы и реальность российского лесопромышленного комплекса. rwt.ru/an.asp?show=a027.

НОВЫЕ ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ

«Женщины и мужчины России»

В сборнике представлены данные о численности женщин и мужчин, их возрастной структуре, продолжительности жизни, миграционных потоках, смертности, заболеваемости различными болезнями, уровне образования, подготовке студентов средних и высших учебных заведений, о занятости и безработице женщин и мужчин, уровне их заработной платы. Отражена информация о представительстве женщин и мужчин в федеральных органах и органах субъектов Российской Федерации законодательной, исполнительной и судебной ветвей власти и другие сведения, характеризующие положение женщин и мужчин в России. В сборник включены данные по субъектам Российской Федерации.

Приведены результаты международных сопоставлений России с зарубежными странами.

Формат 10,5×16,5 см

Объем 256 с.

«Цены в России»

В сборнике публикуются статистические материалы, отражающие ценовые процессы в Российской Федерации в сравнении с рядом предыдущих лет. Сборник содержит статистические данные об уровне и динамике цен на потребительском рынке, рынке жилья, в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, на грузовом транспорте и в связи. Приведены отдельные показатели финансового состояния экономики России. Представлены сведения по международным сравнениям России с зарубежными странами. Информация публикуется по Российской Федерации в целом, федеральным округам, республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области и автономным округам.

Формат 10,5×16,5 см

Объем 192 с.

Приобрести сборники и получить дополнительную информацию можно в Информационно-издательском центре «Статистика России» по адресу: 107450, Москва, ул. Мясницкая, дом 39;
тел.: (495) 207-49-41, 207-42-52; e-mail: shop@infostat.ru
Представительство в Санкт-Петербурге: 197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, д. 39;
тел./факс: (812) 235-83-08; e-mail: spb_infostat@mail.ru