

Состояние трубной металлургической отрасли России и экспортной деятельности ее предприятий

© 2010 Л.В. Боровая

Всероссийская академия внешней торговли

E-mail: OET2004@yandex.ru

В статье рассматриваются современное состояние российского рынка стальных труб и актуальные проблемы его развития. Особое внимание уделено динамике экспортных поставок и роли транспортного обеспечения во внешнеэкономической деятельности предприятий металлургической отрасли.

Ключевые слова: металлургия, трубы, экспорт, транспортное обеспечение.

Трубная промышленность на сегодняшний день является одним из важнейших сегментов отечественной металлургии. Будучи необходимым элементом в системе функционирования большинства отраслей российской экономики, она также обеспечивает существенную долю экспорта страны. Сегодня трубная промышленность обслуживает ведущие отрасли отечественного и мирового хозяйства: нефтегазовый комплекс, машиностроение, химическую и нефтехимическую промышленность, энергетику, судостроение, коммунальное и сельское хозяйство¹. Трубы самых разнообразных модификаций требуются в различных уголках земного шара. Все большее развитие получают предприятия, занятые в сфере производства и продажи трубной продукции.

Производство первых стальных труб началось в 1842 г. в Англии и постепенно стало охватывать всю Европу. Спустя менее чем полвека, в 80-х гг. XIX столетия, трубы стали выпускаться и в России, и уже к концу века трубопрокатными цехами обзавелись несколько заводов, такие как Луганский паровозостроительный, Та-

ганрогский металлургический и др. В 1900 г. был введен в эксплуатацию трубный цех на Ижорском заводе, после чего годовой объем производства труб в империи достиг 21 000 т. Возрастающий спрос на данную продукцию привел к расширению уже существующих производств и возникновению новых. Однако технологии изготовления, а также качество готовой продукции были несравнимо хуже мирового уровня.

Период Первой и Второй мировых войн свел на нет едва наметившийся прогресс в трубной промышленности. Последующие два десятилетия ознаменовались постепенным выходом из тяжелейшего кризиса всей экономики. В результате технического перевооружения и запуска новых цехов трубной промышленности СССР в 1962 г. удалось выйти на первое место в мире².

Сегодня основными игроками на российском рынке стальных труб являются: ОАО "ТМК", ЗАО "ОМК", ОАО "ЧТПЗ". Представим распределение долей каждой компании в общем производстве трубной продукции в Российской Федерации в 2009 г. (рис. 1).

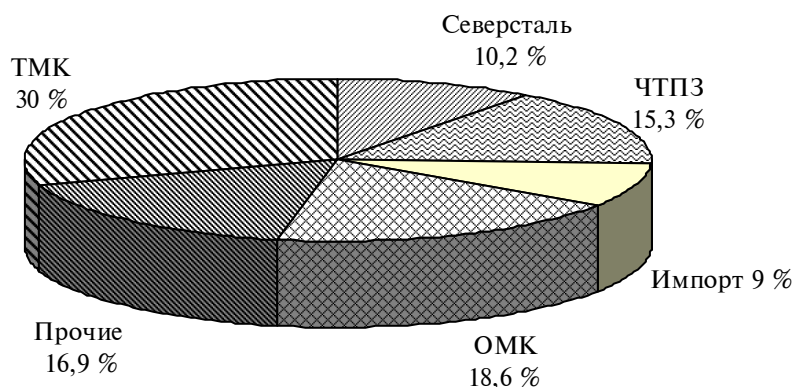


Рис. 1. Основные игроки на российском трубном рынке по выпуску трубной продукции в 2009 г.

Источник. Аналитика ОАО "ТМК".

Как видно на рис. 1, наибольшая доля выпуска трубной продукции в России приходится на группу компаний ОАО “ТМК”. Существенный вклад в годовое производство труб вносят еще три гиганта отечественной металлургии: ЗАО “ОМК”, ОАО “ЧТПЗ” и ОАО “Северсталь”. Немалые объемы приходятся на менее крупные предприятия - 16,9%, а также обеспечиваются за счет импортных поставок - 9%. К таким результатам лидеры российского рынка стальных труб пришли путем многолетнего развития и консолидации мощностей, ведь все четыре организации представляют собой объединения крупных металлургических предприятий.

Колоссальные масштабы нашей страны накладывают определенный отпечаток на процесс функционирования отдельных отраслей хозяйства и на характер отечественной экономики в целом. В состав одной компании могут входить несколько предприятий, разделенных расстоянием в сотни, и даже в тысячи километров. Живой пример тому - упомянутая выше группа компаний ОАО “ТМК”. Основанная в 2001 г., она за неполное десятилетие своего существования успела объединить под своим началом несколько ведущих российских и зарубежных металлургических заводов. В настоящее время в состав холдинга входят: ОАО “Волжский трубный завод” (Волгоградская область), ОАО “Таганрогский металлургический завод” (Ростовская область), ОАО “Северский трубный завод” и ОАО “Синарский трубный завод” (Свердловская область)³. Другой промышленный гигант, группа ЗАО “ОМК”, также включает в себя несколько предприятий, расположенных на большом расстоянии друг от друга: ОАО “Выксунский металлургический завод” (Нижегородская область), ОАО “Альметьевский трубный завод” (Республика Татарстан), ОАО “Трубодеталь” (Челябинская область), ОАО “Чусовской металлургический завод” (Пермский край)⁴.

Вместе с тем вопрос о расположении заводов тщательно продумывался еще в период их строительства. Если, на первый взгляд, местонахождение предприятия кажется неудобным, то при ближайшем рассмотрении становится ясно, что в условиях рационально организованной и бесперебойно функционирующей транспортной системы проблема отдаленности производственных пунктов становится менее острой.

Примером может послужить объединение ОАО “Северсталь”, имеющее в своем составе ОАО “Череповецкий металлургический комбинат”. Несмотря на то, что предприятие находится в сравнительном удалении от рудных и угольных месторождений, расположение его имеет

неоспоримые преимущества. Город Череповец находится на стыке трех экономических районов: Европейского Севера, Северо-Запада и Центра. Здесь располагается крупный транспортный узел, являющийся пересечением таких каналов сообщения, как железнодорожная магистраль Санкт-Петербург - Екатеринбург и Волго-Балтийский речной путь. Таким образом, налаженная работа транспорта компенсирует удаленность предприятия от сырьевых источников, а близкое расположение к промышленным центрам страны дает широкие возможности для реализации готовой продукции⁵.

Сильная промышленность и разветвленная транспортная система являются неотъемлемой частью стабильного развития экономики страны. Однако не менее важную роль играет уверенное присутствие отечественных компаний на мировых рынках. За последние пятнадцать лет три из четырех крупнейших российских производителей стальных труб вышли на глобальный уровень и прочно утвердились в списке лидеров мирового трубного бизнеса. В настоящее время третье место в мире по объему производства занимает российский холдинг ОАО “Трубная металлургическая компания”.

Несмотря на пережитый в 2008-2009 гг. глобальный экономический кризис, производство труб в России постепенно избавляется от негативного влияния внешних факторов. Возобновить рост объемов производства и выйти на докризисный уровень, к сожалению, пока не удается. На приведенном ниже графике показана динамика производства стальных труб в Российской Федерации за период с 2005 по 2009 г. (рис. 2).

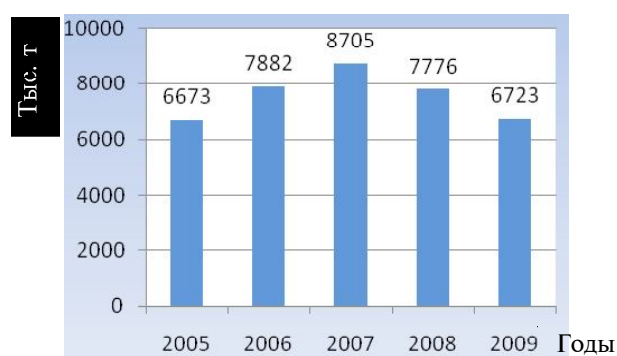


Рис. 2. Динамика производства стальных труб в РФ

Источник. Аналитические данные ФТС РФ.

На рис. 2 видно, как менялись объемы производства трубной продукции на российских предприятиях в течение последних пяти лет. С 2005 г. наблюдается устойчивый рост, пик которого приходится на 2007 г. - канун начала мирового финансового кризиса. После этого следует

спад, и к 2009 г. объем производства достигает уровня пятилетней давности. Тем не менее российские компании считают снижение объемов временным и прогнозируют подъем в 2010 г. По данным Министерства экономического развития РФ, уже к середине 2010 г. объем производства стальных труб достиг 5,672 млн. т, а это составляет более 84% от общего объема производства за весь 2009 г.⁶

Снижение объемов производства вследствие негативного влияния кризиса моментально отразилось на показателях российского экспорта. Согласно данным ФТС России, падение экспорта составило 23% от показателя предыдущего года⁷. На следующем графике освещена динамика экспортных поставок стальных труб из РФ за период с 2005 до 2009 г. (рис. 3).

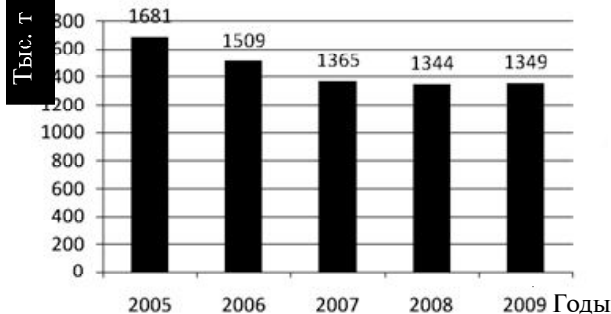


Рис. 3. Динамика экспорта стальных труб из РФ

Источник. Аналитические данные ФТС РФ.

На рис. 3 видно, что после благоприятного 2005 г. объемы экспорта с каждым последующим годом неуклонно снижались. Связано это, прежде всего, с падением спроса на трубы нефтегазового сортамента вследствие негативного влияния кризисных явлений, продолжающегося до сих пор.

Наиболее значимой компанией среди игроков российского экспорта стальных труб выступает сегодня ОАО «ТМК», ее доля превышает 50% от общего объема экспорта трубной продукции Российской Федерации. Созданная в 2001 г. группа компаний ОАО «ТМК» - сравнительно

молодой участник мирового металлургического рынка, однако уже сейчас она является российским лидером по экспорту трубной продукции и занимает, как сказано выше, третье место в мире по производству стальных труб. Объединив ведущие производственные предприятия трубной отрасли, ОАО «ТМК» приобрела уникальные для российского рынка производственные мощности как по объемам производства, так и по номенклатуре выпускаемой продукции. Группа компаний производит продукцию для ведущих отраслей экономики - нефтегазового комплекса, энергетики, машиностроения, химической промышленности и многих других.

Прошедший 2009 г. был трудным как для отечественной, так и для мировой экономики. В целом потребление труб в мире сократилось на 13% по сравнению с 2008 г., что повлияло на общую структуру потребления стальных труб. Покажем структуру потребителей продукции российских заводов ОАО «ТМК» в 2008 и 2009 гг. (рис. 4).

На рис. 4 видно, что в 2009 г. по сравнению с 2008 г. сократилась доля потребления каждой из представленных отраслей промышленности. Произошло это, главным образом, из-за снижения объемов отгрузок в абсолютном выражении. Объем производства в 2009 г. составил 2769,2 тыс. т, это на 14,2% меньше, чем в 2008 г., и на 10,3% меньше, чем в 2007 г. Тем не менее указанные отрасли по-прежнему остаются основными потребителями продукции холдинга.

За 2009 г. в России продано 1852,6 тыс. т труб, произведенных на заводах ОАО «ТМК», остальные 916,6 тыс. т проданы за рубежом. Это свидетельствует о том, что более 33% произведенной продукции требует реализации за границей и, следовательно, организации доставки на международном уровне. Сегодня группа компаний имеет весьма разветвленную географию продаж и поставляет продукцию в 65 стран мира. Основными направлениями перевозок являются Северная Америка, Европа, страны СНГ, Ближний и Средний Восток, Северная Африка, Юж-



Рис. 4. Структура потребителей продукции российских заводов ТМК

Источник. Аналитика ОАО «ТМК».

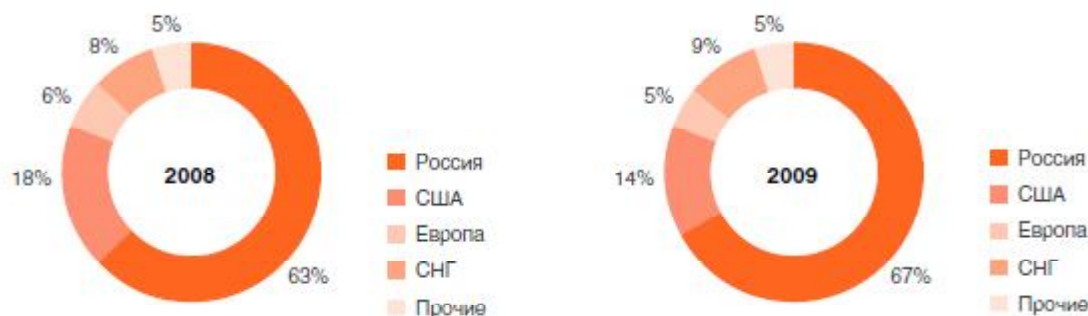


Рис. 5. Структура отгрузки трубной продукции ТМК по регионам мира

Источник. Аналитика ОАО "ТМК".

ная и Юго-Восточная Азия. Проиллюстрируем сравнительное распределение объемов поставок за 2008 и 2009 гг. по отдельным направлениям в процентном соотношении (рис. 5).

На рис. 5 видно, что основной рынок сбыта продукции ОАО "ТМК" - это Россия. Причем в 2009 г. объем поставок труб на внутренний рынок вырос на 4% по сравнению с 2008 г. Это произошло потому, что количество отгруженной на внутренний рынок продукции уменьшилось не столь значительно, сколь объем производства в целом. Так, падение объемов производства в 2009 г. составило 14,2% по сравнению с 2008 г., а уменьшение продаж внутри страны - около 8%. Динамика экспортных поставок, напротив, показала гораздо более серьезное падение, чем падение выпуска. Уменьшение отгрузок за рубеж достигло 23%. Тем не менее увеличение объемов экспортных поставок - одна из основных задач на пути преодоления кризиса. Кроме того, заветная цель компании - стать производителем трубной продукции № 1 в мире, озвученная Дмитрием Пумпянским несколько лет назад, указывает на стремление увеличить долю присутствия на международных рынках, в том числе путем увеличения объемов экспортных поставок⁸. Именно поэтому формирование новых и оптимизация существующих логистических схем являются актуальной проблемой для многих внешнеторговых компаний, и в частности для ОАО "ТМК".

С момента своего основания в 2001 г. группа компаний вела непрерывную работу по углублению внешнеэкономических связей, расширению клиентской базы и укреплению своих позиций на международном рынке трубной продукции. Параллельно разрабатывались все новые и новые схемы доставки товаров, результатом чего стало создание весьма обширной и многоуровневой системы логистических цепей, охватывающей все многочисленные маршруты транспортировки грузов холдинга. Сегодня объединение ОАО "ТМК" имеет возможность до-

ставлять продукцию практически в любую точку мира. Однако ввиду постоянных колебаний рыночной конъюнктуры, а также изменений общемировой экономической ситуации группа компаний периодически сталкивается с проблемами в сфере организации перевозочного процесса. Примерами могут служить резкое изменение тарифных ставок на перевозки, большая загруженность и малая проходимость портов и пограничных переходов, недостаток необходимого подвижного состава. Эти и многие другие проблемы могут привести к снижению эффективности использования отдельных маршрутов. Отсюда следует вывод, что, как бы обширна ни была существующая система путей доставки продукции, она в любом случае требует постоянной работы по совершенствованию отдельных логистических схем и диверсификации маршрутов транспортировки товара.

Для организации процесса транспортировки продукции в компании ОАО "ТМК" создано специализированное подразделение - департамент логистики, главной задачей которого является разработка наиболее оптимальных маршрутов доставки продукции. При формировании маршрутов доставки главным критерием выбора того или иного пути является соотношение "цена - качество". При этом под качеством понимается множество факторов, делающих данный способ транспортировки наиболее надежным, целесообразным и выгодным. Таким образом, ключевыми требованиями, предъявляемыми к предполагаемому маршруту доставки внешнеторгового груза, являются следующие:

1) надежность перевозок на каждом участке пути. Это означает, что группа компаний стремится сотрудничать с проверенными перевозчиками, которые гарантируют четкое выполнение заказа на перевозку груза;

2) минимальный срок доставки. Как правило, оперативная доставка без простоев влечет за собой существенную экономию средств;

3) сохранность груза при доставке. Это один из главных критериев качественной перевозки, поэтому холдинг стремится предоставить перевозчику наиболее полную информацию об особенностях груза и правилах его транспортировки;

4) минимальная стоимость перевозки. ОАО «ТМК», как и любая другая компания, всегда стремится сократить расходы, в том числе и транспортные.

Вот далеко не полный список требований, предъявляемых к качественной доставке продукции. Следует отметить, что оптимальный маршрут доставки товара не всегда подразумевает самый короткий путь. Иногда на, казалось бы, кратчайшем пути могут возникнуть непредвиденные препятствия, например малая пропускная способность погранперехода или гидротехнических сооружений. Также минимальный срок доставки хотя и приветствуется, однако должен быть согласован с грузополучателем и соответствовать условиям контракта купли - продажи. В противном случае существует вероятность простоя транспортного средства, но уже в пункте назначения.

Авторы многих российских и зарубежных изданий нередко называют транспорт кровеносной системой мировой торговли. Говоря о роли

транспорта для отдельной отрасли или предприятия, можно назвать его одним из ключевых элементов, связывающих отрасль или компанию как с зарубежными, так и с отечественными рынками. Искусство рациональной организации транспортной системы заключается в том, чтобы сделать работу транспорта наименее заметной для потребителя. Способность своевременно и по разумной цене обеспечить клиентов качественным товаром - залог успеха любой компании в продвижении на мировых рынках. Кроме того, завоевание лидирующих позиций отечественными компаниями на внешних рынках обеспечивает существенный вклад в развитие национальной экономики.

¹ Официальный сайт ОАО «ТМК». URL: www.tmk-group.ru.

² Официальный сайт ООО «ИвОблТорг». URL: www.mositc.ru.

³ Официальный сайт ОАО «ТМК».

⁴ Официальный сайт ЗАО «ОМК». URL: www.omk.ru.

⁵ Официальный сайт ОАО «Северсталь». URL: www.severstal.ru.

⁶ Официальный сайт ЗАО «ОМК».

⁷ Аналитические данные ФТС РФ.

⁸ Интервью с Д.А. Пумпянским // Ведомости. 2004. 20 мая. (□ 84 (1124)).

Поступила в редакцию 07.09.2010 г.