

при закупках оборудования и материалов, тем самым добившись эффективного соотношения цена/качество. Система существует в различных видах. Часто устанавливается ценовое ограничение, при закупках сверх определённого лимита необходимо объявлять тендер. Здесь для объявления тендера часто используют Интернет. Сбор заявок может происходить по электронной почте.

Третья система – это конкурсные торги, полностью интегрированные в автоматизированную систему управления предприятием (так называемые ERP системы – информационные системы управления ресурсами предприятия). Все закупки осуществляются через тендеры. На сайте предприятия в сети Интернет выставляется информация о проведении тендера, а затем о результатах. Высокая открытость и максимальная доступность информации позволяют осуществлять закупки материалов и оборудования по оптимальной цене.

Однако зарубежные фирмы в большинстве своём прошли этот этап краткосрочных сделок с определяющим фактором цена/качество и перешли к следующему этапу – долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество. Аутсорсинг, получивший развитие на Западе в 80-х-90-х годах XX века, коснулся и систем закупок. Оказалось, что эффект от долгосрочных взаимоотношений с одним поставщиком довольно значителен. Появляется возможность сократить складские запасы, либо вообще убрать склады и перейти на поставки just-in-time. Сокращаются соответственно и затраты на персонал. С развитием глобальной сети Интернет такое взаимодействие получило новый толчок для развития. Теперь предприятие-покупатель имеет возможность в режиме реального времени проверить наличие товара на складе поставщика и оформить заказ и доставку.

Таким образом, наглядно виден прогресс процесса снижения себестоимости за счёт закупок материалов и оборудования на предприятиях России. Однако есть уже опыт зарубежных предприятий по дальнейшей оптимизации данного процесса повышения эффективности закупок. И, несомненно, грядущее вступление России в ВТО должно мобилизовать российские предприятия на использование этого положительного опыта.

## **МЕСТО ТРУБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА СТРАНЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

*Мальцев А.А.*

*(Уральский государственный экономический университет,  
Екатеринбург)*

Производство труб традиционно считается подотраслью черной металлургии. На сегодняшний день российская черная металлургия – это несколько крупных сталепрокатных групп, каждая из которых имеет оборот от 1 до 6 млрд. долларов.<sup>12</sup> Это один из ключевых игроков на мировом рынке, причем одни из самых эффективных и рентабельных.

Однако, ситуация на рынке труб не выглядит безоблачной. В 2004 году объемы российского трубного рынка значительно сократились. Показательный пример – сокращение потребления водо-газопроводных труб на 20 %.<sup>13</sup> Основной их потребитель – предприятия ЖКХ, бюджетные организации, которые не могут увеличивать расходы после утверждения годового бюджета.

<sup>12</sup> Эксперт. – 2005. – № 38. – С.162.

<sup>13</sup> Эксперт-Урал. – 2005. – №21. – С. 44.

Но, несмотря на снижение потребления труб в России, уральские трубники, в частности компания ТМК в которую входят Синарский и Северский трубный заводы, расположенные в Свердловской области смогли увеличить долю в отечественном производстве до 44,4 %.<sup>14</sup>

Важным конкурентным преимуществам трубных компаний Свердловской области, к числу которых по мимо выше упомянутых относится и Первоуральский новотрубный завод относится широкий спектр выпускаемых труб и выгодное географическое положение предприятий. Эти преимущества наглядно отражаются на интенсивном наращивании объемов производства и экспорта. За два последних года экспорт трубных предприятий области вырос на 62 %.<sup>15</sup> В настоящее время основными потребителями труб, произведенных в нашей области за рубежом являются такие государственные компании как Saudi Aramco (Саудовская Аравия), ONGC (Индия), и ведущие мировые нефтегазовые компании как Statoil, Total.

Инвестиционные программы трубных предприятий Свердловской области, прежде всего, ориентированы на возрастающие объемы экспорта. Кардинально изменить ситуацию сможет объявленное Транснефтью строительство нового магистрального нефтепровода от Тайшета до Находки. Для прокладки трубопровода потребуется 2 млн. тонн труб диаметром 1220 мм. Осуществление проекта может повысить емкость российского рынка на 20 %.<sup>16</sup> Своего часа ждет реализация еще трех крупных трубопроводных проектов: Западная Сибирь – Баренцево море, третья очередь Балтийской трубопроводной системы и Ванкор – Диксон.<sup>17</sup> Естественно, что любой из этих проектов положительно скажется на трубниках Свердловской области. Между тем, Северский и Синарский трубный завод, в лице ТМК, уже принимают участие в строительстве Балтийской трубопроводной системы, поставляя около 35% от общего объема труб.<sup>18</sup>

Тем не менее, на внешних рынках наши компании не ждут с распростертыми объятиями, к потребителям приходится пробиваться сквозь заслон, которые выставляют основные конкуренты – местные производители и компании экспортеры из Украины и Китая. Так, Китай с его динамично развивающейся промышленностью уже сегодня – серьезный конкурент международным производителем труб. КНР уже сегодня производит в четыре раза больше труб, чем Россия.<sup>19</sup> Реальную конкуренцию России он может составить по нержавеющей трубам, по трубам для нефте-, газодобычи и обустройства месторождений Восточной Сибири и Дальнего Востока. Конкуренцию нашим предприятиям составляют и украинские трубники. На пример, до 2003 года в России трубы диаметром 1420 мм (данные трубы используются при укладке магистральных трубопроводов) в России вообще не производилось,<sup>20</sup> (на данный момент производится лишь на Челябинском трубопрокатном заводе).<sup>21</sup> Следовательно, с началом выхода России на внешний рынок с данным товаром наша трубная промышленность столкнется с сопротивлением украинских предприятий.

<sup>14</sup> Эксперт-Урал. – 2005. – №29. – С. 42.

<sup>15</sup> Там же.

<sup>16</sup> Эксперт. – 2005. – № 38. – С.163.

<sup>17</sup> [www.Uralchemet.ru](http://www.Uralchemet.ru)

<sup>18</sup> Коммерсант. – 2005. – 23 марта.

<sup>19</sup> Эксперт-Урал. – 2006. – №3. – С. 29.

<sup>20</sup> Эксперт-Урал. – 2005. – №21. – С. 42.

<sup>21</sup> Там же.

Итак, главными конкурентными преимуществами трубных компаний РФ на внешнем рынке по-прежнему является низкая себестоимость производства жидкой стали (в себестоимости труб цена металла – 80 %). Однако сохранение себестоимости жидкой стали на самом низком в мире уровне не может оставаться главной задачей нашей трубной промышленности. Сейчас акценты должны смещаться в другую сторону – по линии себестоимости производства готовых труб. Здесь поддержание лидерства требует оперирования другими понятиями – технологический процесс, инвестиции, инновационные разработки. Поэтому, на наш взгляд, российским трубным компаниями и предприятиям Свердловской области необходимо как можно быстрее стать ключевыми игроками на мировом рынке. Первый шаг здесь – покупка современных трубопрокатных активов на Западе. Контроль над ними даст временной задел нашим предприятиям на 10-15 лет. За это время наши компании должны превратиться в ключевых игроков мирового рынка и научиться конкурировать с прочими игроками во всех форматах, а не только по линии себестоимости производства жидкой стали.

### **ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО**

*Мезенцева Е.С.*

*(Институт экономики УрО РАН, Екатеринбург)*

Проблемы, связанные с присоединением России к ВТО и конкурентоспособностью предприятий легкой промышленности, в последнее время являются весьма актуальными. Конкурентоспособность выступает универсальным требованием, предъявляемым к любому хозяйствующему субъекту открытым рынком.

Вступление России в ВТО создаст новые источники конкурентного давления на отечественные, в том числе местные, предприятия легкой промышленности. Знание основных источников конкурентного давления обеспечивает прочный фундамент для стратегического плана действий. Оно позволит выявить сильные и слабые стороны компании, дать четкое обоснование позиционирования компании в своей отрасли, понять, в каких областях стратегические изменения дадут наилучший результат, и определить потенциальные возможности и факторы угрозы для компании в конкретной отрасли. Понимание этих источников позволит также рассмотреть возможные направления диверсификации.

Насколько серьезной является угроза со стороны возможного появления на рынке новых конкурентов, зависит от наличия барьеров для входа, конкурентных преимуществ существующих отечественных предприятий и их реакции.

Рассмотрим основные предпосылки, создающие барьеры для входа конкурентов на рынок, и уровень их развития в современных условиях развития легкой промышленности в России и в Свердловской области, в частности.

*Экономия, обусловленная ростом масштабов производства.* При снижающихся объемах производства внутри страны этот барьер преодолеть легко. В 2002 г. объемы производства отрасли по отношению к 1990 г.