

Проблемы и аспекты импортозамещения

В.В. Кортиашвили
коммерческий директор¹
sales@emis-kip.ru

¹ЗАО «Электронные и механические измерительные системы» (ЗАО «ЭМИС»), Челябинск, Россия

В статье были кратко затронуты основные группы причин, препятствующих импортозамещению как в нынешней ситуации, определяемой внешнеполитическими факторами, так и при нормальных условиях функционирования российского рынка. Предложены оперативные меры по преодолению препятствий на пути импортозамещения и ведения взаимовыгодного бизнеса между российскими производителями и потребителями.

Ключевые слова

импортозамещение, российские производители, отечественные производители, российские производственные компании, российские производители расходомеров, отечественные приборостроители, рынок приборостроения, проблемы импортозамещения, фактор импорта, зарубежные производители

Старинная русская поговорка «Не было бы счастья, да несчастье помогло» стала в последнее время для российских производителей актуальной, заставив крупные нефтегазодобывающие и перерабатывающие предприятия, компании химической и металлургической отрасли обратить внимание на отечественных производителей оборудования. Складывающаяся внешнеполитическая ситуация вынудила государство стать посредником в удовлетворении спроса крупных целевых потребителей за счёт предложения производителей на внутреннем рынке. В первую очередь данное обстоятельство обусловлено тем, что на текущем этапе развития экономики в РФ государство является самым крупным собственником производственных мощностей в профилирующих отраслях промышленности, таких как добыча и переработка нефти и газа. Однако данная конъюнктурная тенденция для развитого и устойчивого общества является не временным явлением, а постоянной составляющей внутренней государственной политики, снижающей риски в сфере экономической безопасности страны.

Источниками происхождения политики импорта в РФ являются причины различного характера: в первую очередь по степени градации, технические и технологические, затем следует выделить в качестве крупной группы маркетинговые (экономические), законодательные, но нельзя не отметить психологические. В настоящей статье предлагается построить краткий анализ каждой из перечисленных групп в обратном порядке, так как первые две группы являются, на первый взгляд, понятными, объяснимыми и логичными. Вместе с тем, психологические причины зачастую являются первым препятствием на пути импортозамещения.

К данной группе следует отнести стереотипы и фобии, присущие любому индивидууму, в том числе являющемуся функционером, ответственным за политику закупки и обеспечения производства. Если со стереотипами всё просто и понятно, к тому же их не так много: «Продукция российских производителей не достаточно надёжна», «Российские технологии недостаточно современны и развиты», то фобии представляют собой более сложное явление. Многие российские производственные компании уже давно и успешно борются со стереотипами. ЗАО «ЭМИС» в части качества предлагает возможность приобретения расширенной гарантии на всю линейку производимых приборов до 36 месяцев при определённых условиях. А в части использования в оборудовании высоких технологий ЗАО «ЭМИС» явилось первым из российских производителей расходомеров, кто расширил возможности расходомера в результате установки на него программного обеспечения «ЭМИС-ИНТЕГРАТОР» собственной разработки на основе цифровой обработки сигнала, оснастив продукцию высокотехнологичной электроникой отечественного производства. В результате за такими приборами прочно закрепился атрибут «интеллектуальные».

Внедрение в 2013–14гг. на базе вихревых расходомеров «ЭМИС-ВИХРЬ 200» новой версии электроники и применение на её базе программного обеспечения позволило значительно расширить технический функционал выпускаемых расходомеров. Существенным достижением в этой связи стала возможность технологического учёта на базе вихревого расходомера «ЭМИС-ВИХРЬ 200» в комплексе с датчиками давления и температуры массового расхода контролируемой среды.

Анализируя далее данную группу проблем импортозамещения, необходимо понимать, что в целом корпоративная культура компании (заказчика) складывается из реализуемых ею в различных направлениях деятельности политик, каждая из которых определяется внутренними корпоративными стандартами, которые разрабатываются людьми, применяются людьми и контролируются людьми. Вследствие чего по описанной цепочке отдельно взятый ответственный функционер как независимо, так и вместе с другими оказывает прямое влияние на формирование и претворение в жизнь политики обеспечения производства предприятием-заказчиком. При этом личный профессиональный опыт отдельно взятого сотрудника определяет предвзятое отношение и субъективное воздействие в вопросах импортозамещения. Таким образом, личные человеческие фобии становятся частью политики крупной компании. В этой связи российским производителям часто приходится слышать возражения заказчика: «Знаю я ваше оборудование...», — и далее могут следовать далеко не самые лестные эпитеты. Огромного труда стоит заставить подобного скептика прислушаться к таким аргументам, как капитальные вложения, реализованные за последние несколько лет; повышение уровня культуры и качества производства; приобретение и использование как положительного, так и отрицательного опыта.

Фобии препятствуют развитию компании-заказчика, так как делают его зависимым от определённого вида оборудования и, как следствие, его производителя, что в свою очередь делает технологическое развитие покупателя (потребителя) зависимым от научного, технического и производственного прогресса поставщика. Фобии порождают и формируют коррупционную ёмкость, так как исключают конкуренцию и подменяют понятие альтернативы различных видов внутривидовым различием при ценообразовании. В этом аспекте психологические причины, препятствующие импортозамещению, трансформируются в экономические, поскольку коррупционные проявления наносят прямой материальный ущерб покупателю, а также разлагают корпоративный дух и культуру компании.

В складывающихся условиях основным способом борьбы со стереотипами и фобиями заказчика, выработанным рынком, стала опытная эксплуатация. Однако для отечественных производителей данный способ является малоэффективным маркетинговым приёмом, так как в лучшем случае получение денежных средств откладывается до

окончания срока испытаний. Как правило, о выкупе тестового оборудования и вовсе не идёт речи. Имея более низкую рентабельность по сравнению с западными конкурентами, уже давно перенесшими свои производства в страны с низкой стоимостью технологических и производственных процессов, российские производители не могут себе позволить замораживание денежных средств в долгосрочных программах продвижения продукции. Кроме того, успешное прохождение опытной эксплуатации не является единственным и последним препятствием на пути вхождения российским предприятием-производителем в пул поставщиков крупного монополиста и ведёт к следующим расходам по корпоративной сертификации и аккредитации. И здесь мы переходим к следующей группе причин (маркетинговой), по которым доля рынка приборов и высокотехнологичного оборудования складывается на текущий момент не в пользу российских производителей.

Небольшая рентабельность в этом аспекте производственной и предпринимательской деятельности отечественных компаний становится тормозом на пути развития дилерских и дистрибьюторских сетей, сервисных центров. В качестве примера можно привести размер дилерской скидки, традиционный для российского производителя (15–25%), и для импортных компаний (35–40%), в связи с чем компании, специализирующиеся на отраслевой поставке и комплектации, более охотно идут на представительство интересов зарубежных производителей.

Следующим значимым компонентом маркетинговой группы является доступ иностранных производителей к дешёвым кредитным ресурсам, в то время как российским компаниям приходится приобретать услуги кредитно-финансовой системы минимум в 2 раза дороже.

При этом как в обсуждаемой, так и в технической и технологической группе проблем импортозамещения действенным способом преодоления встающих на пути развития потребителя препятствий мог бы быть более тесный диалог между заказчиком и отечественным производителем, в ходе которого производитель получал бы заказ на разработку и производство оборудования, исходя из особенностей производственного цикла потребителя, масштабируя впоследствии полученный результат, а заказчик бы активно в рамках совместной (с производителем) деятельности участвовал в научно-исследовательских и конструкторских разработках, своими ресурсами и своим потенциалом, неся расходы на паритетных началах.

Тем не менее именно российские производители имеют ряд неоспоримых преимуществ в части маркетинга. Экспансию импорта серьёзно ограничивает отсутствие развитых сетей сервисных центров и слабая организация технической поддержки, в то время как большинство отечественных приборостроителей присутствует в части сервиса как минимум в каждом федеральном округе.

К маркетинговой группе можно было бы ещё отнести и проблемы конкурентных закупочных процедур, и формирование заказчиками неконкурентных преимуществ в форме так называемых «коротких» или «закрытых» списков, а также ряд других. Формирование «коротких» списков является

целесообразной административной процедурой при динамичном и развивающемся рынке, когда заказчик на короткий отрезок времени предоставляет преимущество отдельным категориям производителей с тем, чтобы снизить риски приобретения некачественной продукции. Однако на текущий момент следует признать, что рынок приборостроения РФ сложился в пользу устоявшегося круга известных зарубежных и отечественных производителей, и необходимость администрирования «коротких списков» становится нелогичной с точки зрения существования в этих целях временных и трудовых ресурсов. Существует ещё и техническая причина формирования «коротких списков», однако по природе своего происхождения она относится к технической и технологической группе проблем импортозамещения.

По своей величине и значимости техническая и технологическая группа причин проблематики замещения импортного оборудования является самой крупной и сопоставимой в совокупности с двумя предшествующими психологической и маркетинговой.

Анализируя данную группу проблем импортозамещения, следует уделить внимание наиболее важной из них — проблеме научно-технического развития отечественных производителей. Стремление успеть за развивающимся рынком при отсутствии полноценного и беспрепятственного доступа к необходимым ресурсам; ограниченность бюджета как основного инструмента научного, технического и производственного развития вынуждает российских производителей отказываться от переоснащения производства, экономить на основных средствах или закупать дешёвые аналоги дорогостоящего оборудования и станков. Многие научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы приостанавливаются на неопределённый период из-за отсутствия финансирования, а иногда и видения перспектив рынка сбыта. На сегодняшний день интеллектуальный потенциал российских предприятий является достаточно высоким, но опытно-производственная и конструкторская база иногда значительно отстаёт или не соответствует требованиям для выпуска опытной или промышленной модели. Существенным прогрессом в данном вопросе стало улучшение взаимодействия и сотрудничества между высшими образовательными учреждениями и производственными предприятиями, инженерными компаниями. Однако данное улучшение явилось следствием тенденций на рынке труда, связанным с проблемами трудоустройства молодых специалистов профильных специальностей.

В этой связи также следует отметить и усилия государства, предпринятые в этом направлении в 2008–2009 гг., по созданию частно-государственных институтов в форме региональных венчурных фондов в сфере инвестиций в предприятия научно-технической сферы. Несмотря на то, что в совокупности региональными и федеральным бюджетом было выделено до 1 миллиарда рублей данная попытка не имела должной реализации. В первую очередь из-за того, что крупные компании-заказчики, заинтересованные в развитии высокотехнологичного рынка оборудования, не участвовали в данном процессе, а порой даже и не знали о нём.

Следующей, важной по мнению многих предпринимателей и юристов, является группа законодательных причин, образующих существенные препятствия на пути импортозамещения. При достаточно сильном, а порой и чрезмерном, регулировании рынка промышленной продукции государством нередко принимаются решения, последствия которых становятся катастрофичными для российских предприятий. Одно из таких решений в 2011 г. стало знаменательным событием на рынке и открыло новую эпоху в развитии внутреннего рынка, устранив самый существенный сдерживающий фактор на пути импорта в РФ. Этим явлением стало упразднение уголовной ответственности за экономическую контрабанду (из Уголовного Кодекса РФ была исключена статья 188). Государство само отказалось от мощнейшего регулирующего механизма и действенной меры по поддержке отечественного производителя, двигаясь в общем направлении либерализации экономики, повысив, кроме того, коррупционную ёмкость процедуры ввоза товаров на таможенную территорию РФ, сняв мощнейший регулирующий фактор импорта. В результате чего на рынке промышленной продукции конкуренция усилилась в несколько раз, в том числе и внутри представителей импортной группы, сформировав на рынке сегмент «серых» дилеров, составивших в первую очередь конкуренцию официальным представителям зарубежных производителей и существенно сузив долю рынка для отечественных производственных предприятий.

Обсуждая группу законодательных причин, препятствующих импортозамещению, также следует отметить один существенный и важный аспект участия государства в регулировании стандартов производства в РФ и за рубежом. Для сравнения: многие международные стандарты являются продуктом нормотворчества институтов, ассоциаций и некоммерческих объединений отраслевых производителей и разработчиков. В то время как в РФ мы сталкиваемся с жёстким государственным регулированием всех процессов в режиме «ручного управления». И это ещё не самые существенные различия и особенности, препятствующие развитию отечественного рынка приборостроения и высокотехнологичного оборудования.

Таким образом, в настоящей статье были кратко затронуты основные группы причин, препятствующих импортозамещению как и в нынешней ситуации, определяемой внешнеполитическими факторами, так и при нормальных условиях функционирования российского рынка. Однако за годы своего развития и деятельности большинство отечественных производителей привыкли полагаться на себя и вести открытый диалог с партнёрами. В связи с этим, действенными мерами по решению проблем импортозамещения со стороны крупных заказчиков, предприятий, являющихся целевыми потребителями, компаний-монополистов, государства были бы следующие:

- отказ от практики проведения опытной эксплуатации на безвозмездной основе;
- инициативное формирование спроса и участие в НИОКР;
- создание условий для реализации поставщиками и производителями своих преимуществ на основе конкурентных методов закупки;

- внедрение практики рассмотрения альтернатив при проведении конкурентных закупочных процедур;
- создание упрощённых процедур аккредитации и сертификации, пересмотр действующих цен на эти процедуры;
- применение более широкого спектра финансовых инструментов при расчёте с поставщиками, вместо товарного кредитования на срок 60 и 90 дней, а также другие мероприятия, направленные на сближение с российскими компаниями-производителями.

Итоги

Предложены методы борьбы со сложившимися на рынке стереотипами, присущими отечественным производителям. Предложены меры по решению проблем импортозамещения со стороны крупных заказчиков.

Выводы

Складывающаяся внешнеполитическая ситуация вынудила государство стать посредником в удовлетворении спроса крупных целевых потребителей за счёт предложения производителей на внутреннем рынке.

Однако данная конъюнктурная тенденция для развитого и устойчивого общества является не временным явлением, а постоянной составляющей внутренней государственной политики, снижающей риски в сфере экономической безопасности страны.

Список используемой литературы

1. Мировой финансовый и экономический кризис и паника 2008–2009 г.
2. Прогноз развития мирового кризиса на 2009–2010 г.

ENGLISH

MEASURING EQUIPMENT

Concerns and aspects of import substitution

UDC 65.011.56

Author:

Valerij V. Kortiasvili — business manager¹; sales@emis-kip.ru

¹The Group of Industrial Companies "EMIS" CJSC, Chelyabinsk, Russian Federation

Abstract

The article briefly discussed the main groups of reasons hindering import substitution as in the current situation (defined by foreign policy factors), and under normal situation of the Russian market. It were suggested the prompt actions to overcome barriers during the import substitution and provide conditions for mutually beneficial business between Russian producers and consumers.

Results

Suggested methods could help to break

stereotypes that inherent to domestic manufacturers. The actions to solve the import substitution problems for major customers.

Conclusions

The current foreign policy situation has forced the government to mediate in meeting the demand of large target consumers by offers producers on the domestic market. However, this opportunistic tendency for advanced and sustainable society is not a temporary condition. It is the constant component of internal public policies that

reduce economic security risks.

Keywords

import substitution, the Russian manufacturers, domestic manufacturers, Russian production company, the Russian manufacturers of flow meters, domestic Instrument, instrumentation market, the problems of import substitution, factor imports, foreign manufacturers

References

1. Global financial and economical crisis and panic of 2008–2009.
2. Forecast of the global crisis on 2009–2010.

WWW.FPRIBOR.RU | 620075, РФ, Г.ЕКАТЕРИНБУРГ, УЛ. ВОСТОЧНАЯ, 54 | (343) 355-00-53 | sale@fpribor.ru



ФИЗПРИБОР

ИНЖЕНЕРНЫЙ ЦЕНТР
WWW.FPRIBOR.RU +7 (343) 355-00-53

УЛЬТРАЗВУКОВОЙ КОНТРОЛЬ



ТОЛЩИНОМЕР УТ907

■ ПРИБОРЫ УЛЬТРАЗВУКОВОГО НЕРАЗРУШАЮЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ЖЕСТКИХ УСЛОВИЙ ЭКСПЛУАТАЦИИ

■ УЛЬТРАЗВУКОВЫЕ ПРЕОБРАЗОВАТЕЛИ

■ СТАНДАРТНЫЕ ОБРАЗЦЫ (СОП, СО-2, СО-3)

■ МЕТРОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



ДЕФЕКТОСКОП
УД9812 «УРАЛЕЦ»

СРОК ГАРАНТИИ НА НАШУ ЭЛЕКТРОНИКУ 3 ГОДА!