

«Неотразимая угроза»

Олег Кваша, эксперт журнала «АС»

Яркая и экспрессивная по форме статья А.А. Березкина посвящена актуальнейшей проблеме контрафактной китайской продукции на российском рынке. Но, к сожалению, автор объединил с нею две других, совершенно отдельных проблемы: о качестве продукции, в том числе в связи с технологической отсталостью, и о ценовой политике как элементе маркетинга.

Что же касается ВТО, то, как мне представляется, автор упомянул его заодно, «до кучи». Несомненно, процессы глобализации, отраженные в факте вступления России в ВТО – серьезная угроза для тех, кто привык мыслить в категориях «дайте!». Но «китайская проблема» особого отношения к ВТО не имеет.

Давайте отделим зерна от плевел.

Да, 80% износа производственного оборудования – это беда. Это нестабильность качества, неспособность оперативно обновлять ассортимент, повышенные издержки. Вот только не стоит всякий раз поносить при этом правительство или обвинять кого-то еще. Я не знаю ни одного нормативного акта РФ, который запрещал бы предприятиям обновлять оборудование. Несомненно, ошибки на макроуровне управления экономикой были, есть и наверняка еще будут. Как из-за «искаженных» мотивов в действиях чиновников, так и из-за чрезвычайной сложности задач. Но можете ли вы сами на этом уровне предложить и сделать что-либо конструктивное? Если да – почему не предлагаете и не делаете? А если нет – незачем постоянно поминать «политику правительства» всуе. Это выглядит как стремление оправдаться чужими ошибками.

Уверен, что плачевным состоянием своей производственной базы российские заводы обязаны в первую очередь недалекости собственников и некомпетентности директоров. Ведь что, допустим, в первую очередь делает Группа ЧТПЗ, купив «МСА»? Обращается в правительство Чехии с претензиями? Нет, она изучает «узкие места» завода и обновляет оборудование там, где это необходимо. Тем же заняты многие новые собственники российских заводов. Ну а если у тебя не хватает ресурсов для инвестиций – продавай завод, пока не поздно, тому, у кого ресурсов хватит, и весь сказ! А что делали старые собственники и директора? Перманентный патриотизм испытывали? Если бы только это! Заводы – нищали и разорялись, но ни одного нищего директора я пока не встречал.

Но главная беда в том, что потребителя мало интересует, какой процент износа оборудования у производителя и кто в этом виноват. Его интересует соотношение

цены и качества, причем качества не только «железа», но и сопутствующих услуг. Вот это важно уяснить раз и навсегда: качество на рынке оценивает не производитель, а потребитель! О да, его оценка субъективна, иногда и вовсе неграмотна. Но, увы, объем продаж зависит именно от неё! Самый неудачный для компании способ увеличить продажи – это пенять на неумелый выбор потребителя, требуя от него, чтобы он ни в коем случае не обращал внимания на красочность упаковки и вообще немедленно проникся любовью к Родине. Тем более неуместно писать об этом китайской шариковой ручкой (или набивая текст на клавиатуре китайского производства), будучи обутом в китайские кроссовки, протирая о стул китайские джинсы.

По поводу цен следует упомянуть два момента.

Во-первых, увы, утверждение о том, что себестоимость китайской арматуры обязательно будет выше, чем у сопоставимой по качеству российской, голословно. Думать так – значит, обманывать себя. Скорее, наоборот, у нее себестоимость объективно ниже. Сегодня даже европейские производители промышленного оборудования все большую часть своих производственных мощностей размещают в Китае, именно затем, чтобы снизить издержки. Там дешевле рабочая сила (хотя культура производства в целом выше нашей), меньше налоги (вот тут – да, правительству есть над чем работать). Представьте, если к тому же оборудование новое, менеджмент грамотный и нет «социальной нагрузки» в виде всяких неэффективных подразделений, которые не сократишь. С чего бы китайской арматуре быть дороже?

Во-вторых, демпинг – нормальный метод конкуренции при продвижении нового товара, не запрещенный никакими законами ни в одной стране. В самом по себе демпинге никакого криминала нет. Да, китайцы снижают цены, временно пожертвовав прибылью ради проникновения на российский рынок. Но не только китайцы, весь мир так действует; и лишь наши некоторые заводы почему-то до сих пор определяют цену от собственных затрат, а не от рынка.¹ Действительно, до нелегкой судьбы российских предприятий нет никакого дела ни китайским, ни европейским компаниям, более того, они искренне заинтересованы в ослаблении и гибели конкурентов и очень рады их неумелому ценообразованию. Таковы жестокие реалии сегодняшнего дня. Не на демпинг надо пенять, а учиться работать на том рынке, который есть, учиться маркетингу.

¹ На эту тему была интересная статья Е. Наумовой «Учет затрат и ценовая политика», «Арматуростроение» № 3/2005, стр. 18

Наконец, сам по себе тот факт, что некая компания, торгуя под своим брэндом, не производит продукцию на собственных мощностях, а заказывает ее в Китае – тоже вполне обычное явление эпохи глобализации. Например, японские фотоаппараты Canon поставляются в Россию исключительно китайского производства. Японцы почему-то не чураются создавать рабочие места в стране, которая исторически считается их главным врагом. А, допустим, кинескопы и вся электроника для телевизоров российских марок ввозятся из Тайваня, Сингапура и прочая, в то время как внутри России осуществляется лишь штамповка корпусов и сборка. И что? И, кстати, как расценить поведение компании ADL, создавшей в Подмоскowie сборочное производство испанских затворов?

Сегодня в прайсе любой крупной компании, торгующей арматурой, имеется китайская продукция. Нам теперь их всех скопом упрекать в нечистоплотности и непатриотичности? Ладно, давайте упрекнем. Упрекнули? И что толку? Извините, но призывы к посредникам отказаться от прибыли в угоду «понятию Родины» звучат так же потешно, как увещевания повара из басни Крылова в адрес кота Васьки. Последствия известны: «А Васька слушает да ест». Ожидать от торговцев, а уж тем более от «заграницы», что они внимут пламенным призывам и в едином порыве примутся жертвовать своими интересами ради интересов российского производителя, мягко говоря, наивно. Директор торговой компании, которому взбредет в голову проявить горячий патриотизм в подобной форме, в лучшем случае будет немедленно уволен акционерами, в худшем – вежливо, но настойчиво направлен на обследование к психиатру.

Торговцы не будут всерьез думать о том, где и кому они создают рабочие места, где и кого они их лишают. Они будут думать лишь о собственной выгоде! И это нормально. Если мы действительно хотим получить какой-то реальный результат, нам следует исходить из того, что «жажда денег» – увы, совершенно естественное свойство любой коммерческой организации, будь то торговой или производственной, более того, прибыль – это ее уставная цель в соответствии с действующим законодательством.

Еще любопытно, почему крайними в вопросе ввоза задвиги класса «г...» у автора оказались именно посредники? Посредник виновен лишь в том случае, если намеренно ввел покупателя в заблуждение – это преступление. Но где же тогда судебные процессы? И мне почему-то кажется, что покупатели (конечно же, испытывая при этом глубокие страдания) прекрасно понимают, что они закупают. Или уж всяко должны это понимать – значит, с точки зрения закона они и виноваты², так еще с древних времен повелось: *saveat emptor*. Покуда есть спрос на арматуру данного класса – будет и ее предложение, ведь

функция торговца в том и состоит, чтобы обеспечить рынок потребным ему товаром. Не было бы спроса на класс «г...» – не было бы и 4000 заводов в Китае.

Торговцы обязательно окажутся крайними, если держаться распространенного заблуждения, что торговец – это нечто такое вторичное, «мальчик на побегушках», а вот производитель – это да! Очень опасная точка зрения, знаете ли, устаревшая лет этак на тридцать. В современном мире, наоборот, скорее торговец правит бал, а производитель «на подхвате».

Все сказанное выше ни в коей мере не оправдывает тех, кто нарушает нормы закона и морали. И уж тем более не отрицает наличия проблемы. Только вот на самом деле вопрос о том, что и как делать, для того чтобы предотвратить или хотя бы снизить размах фальсификации, гораздо сложнее, чем это представляется автору статьи.

Прежде всего, не следует смешивать закон и мораль – это неконструктивно. Нечистоплотные с моральной точки зрения действия далеко не всегда можно одновременно юридически квалифицировать как преступные.

Преступников следует находить, судить и сажать. Это трудно, долго и дорого. Но – нужно обязательно, ибо безнаказанность развращает. В этом плане удивляет, что конкретной работой по выявлению фактов подделок и преследованием тех, кто в них замешан, заняты почему-то лишь производители приводов, в то время как производители арматуры все время только говорят, говорят, говорят – и, видимо, ждут, что кто-то другой за них всё сделает.

Те операции, которые под понятие «незаконные» не подпадают на самом деле считать контрафактными нельзя. Понятие «фальсификация» следует сузить до рамок, определенных законом, и далее говорить в целом о защите национального рынка от импорта дешевой арматуры. Признав для начала, что – да, возможно, мы проиграем в «честной» конкуренции с Китаем. Значит, следует защищаться «нечестно». А что нужно для защиты? Изменить интересы участников рынка, систему их мотивации! А именно, сделать так, чтобы ввозить и продавать китайскую арматуру было невыгодно. Или хотя бы не настолько выгодно. Ведь до тех пор, пока некая деятельность приносит сверхприбыль – никакие увещевания не помогут ее остановить.

Единственная действенная мера против импорта – таможенные пошлины. Изменить их приемлемым для себя образом – опять же, сложная, кропотливая, длительная и дорогая работа. Уже не первый год ею занят Бологовский завод. Практически в одиночку. Почему-то никто почти не изъявляет особого желания вкладывать вместе с ним свои силы и деньги. Странно, да?

Ну а что предлагает автор? «Объединить», «защитить», «не допустить» – это всё понятно, это все уже много раз слышали. Вот только как это сделать? Есть и конкретное предложение: «обследовать» новые производства силами НПАА (что это значит? и на чьи деньги,

² Например, всюду в УК РФ: «знал или должен был знать» – т.е., незнание от ответственности не освобождает.

интересно?) и «принародно» публиковать результаты в прессе. Отличная идея! И на каком, извините, основании решать, мол, вот этот производитель — честный, а этот — фальсификатор? Особенно если учесть, что отвечать по искам незаконно обвиненных в фальсификации будет вовсе не «Гусарь», а НПAA и та самая пресса, что обвинения опубликует. И какие функции должна взять на себя НПAA? Органа по сертификации? Прокуратуры? Или отдела маркетинга отдельного завода? Или всех вместе?

Конечно, было бы очень полезно, если бы НПAA создала собственную систему добровольной сертификации, например, как это сделала итальянская ассоциация. Однако, это вопрос не одного года. Это сложнейшая, кропотливая, скрупулезная и далеко не дешевая работа. Для начала потребуются создать четкие и прозрачные «правила игры», в том числе систему стандартов НПAA. А то, что предлагает автор, на самом деле старо как мир: давайте все вместе будем громко-громко кричать, как нам плохо, дабы кто-нибудь (государство, НПAA, и т.п.) пришел и защитил от всех напастей.

В заключение позволю себе сделать нечто вроде прогноза.

Представим себе, что по мановению волшебной палочки (а других вариантов нет) контрафакт вдруг в одно-

часье сошел на нет. Что тогда будет? А будет следующее. Из 4000 китайских заводиков выживут 400. В их действиях не останется и следа незаконности, и арматуру они будут производить по качеству не хуже большинства российских предприятий, но вот стоить она будет в полтора раза дешевле. Да, они не смогут занять существенных позиций всюду, и по сложной дорогой арматуре биться нам придется по-прежнему с Западом. Но на сегменте «простой» арматуры для систем с низким уровнем ответственности (сантехнические клапаны и краны, общепромышленные задвижки) китайское присутствие будет очень значительным. Всех российских производителей, которые не успеют научиться жесткой конкуренции, они с рынка «снесут» вне всяких сомнений.

Точно то же самое будет и без волшебной палочки, только выживут не 400, а 3000. У китайцев есть одна очень важная национальная особенность: они очень быстро учатся, потому что зверски упорны, кропотливы и трудолюбивы. И там, где не требуется особой технической глубины, они непременно найдут, что противопоставить нашему опыту, которого у нас, кто бы спорил, больше. Увы, одного опыта в бизнесе недостаточно. И чтобы победить в конкурентной борьбе, нужно начать с себя, победив в первую очередь собственные отсталые воззрения.