

## **Силикатные изделия.**

## Фарфор, фаянс и стекло.

Почти все страны мира в той или иной степени обладают собственным производством фаянсовых и фарфоровых изделий. Но крупной фарфоро-фаянсовой промышленностью обладают лишь немногие высокоразвитые капиталистические страны: к числу первых в первую очередь следует отнести САСШ, Великобританию, Германию, Японию и Чехо-Словакию, а затем Францию, Бельгию и Голландию. Стоимость ежегодного производства фарфоро-фаянсовых изделий в 5 главнейших странах-производителях (цифры относятся к 1925—28) определяется в среднем в следующих цифрах (в млн. долл.): в САСШ—107, в Великобритании 85, в Германии—50, в Японии—35, в Чехо-Словакии—21. Ежегодная продукция Франции, Бельгии и Голландии оценивается в пределах 20 млн. долл. Исходя из этих данных и учитывая производство прочих стран, общую мировую продукцию фарфоро-фаянсовой промышленности ориентировочно можно оценить в 400 млн. долл.

Значение стекольной промышленности в современном хозяйстве огромно. Учет мировой продукции стекольной промышленности однако осложняется тем, что эта промышленность вырабатывает чрезвычайно широкую номенклатуру совершенно отличных друг от друга товаров, не говоря уже об исключительно разнообразном ассортименте изделий в пределах каждой группы. Главные страны-производители вырабатывают следующие 4 вида стекла, отличные друг от друга как по методам производства, так и по кругу потребителей: 1) листовое, т. е. оконное и зеркальное стекло, 2) бутылки и всякое пустотелое стекло для технических, хозяйственных, медицинских и пр. целей, 3) хозяйственное стекло и наконец 4) художественные и декоративные изделия из стекла. Крупнейшими мировыми производителями стекла и стеклянных изделий являются те же страны, где развита и фарфоро-фаянсовая промышленность, а именно Германия, Бельгия, Чехо-Словакия, Франция, САСШ, Великобритания, Голландия и Япония (табл. 1).

Обороты мировой торговли фарфоро-фаянсовыми изделиями за последние годы возросли почти в 2 раза по сравнению с довоенным временем. Вместе с этим следует отметить и структурные изменения,

Табл. 1. — Мировой экспорт фарфоро-фаянсовых изделий.

Страны-экспортеры	1913		1928	
	млн. герм. мар.	в % *1	млн. герм. мар.	в % *1
Германия . . .	91	34	125,5	34,1
Великобритания . . . . .	70	26	119,9	23,4
Япония . . . . .	14	5	65,4	12,7
Чехо-Словакия . . . . .	19	7	64,7	12,6
Франция . . . . .	29	11	53,4	10,2
САСШ . . . . .	12	4,5	14,2	2,7
Бельгия . . . . .	—	—	10,8	2,1
Голландия . . . . .	10	3,7	3,7	1,6
Китай . . . . .	7	2,6	—	—
Россия—СССР . . . . .	4	1,5	—	—
Италия . . . . .	3	—	—	—
Швеция . . . . .	1	4,7	—	—
Пр. страны . . . . .	10	—	53,0	10,2
<b>Итого . . . . .</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>510,6</b>	<b>100,0</b>

\*1 В процентах по отношению к мировому экспорту.

связанные с происшедшими изменениями в карте Европы. В ряде стран, ранее не располагавших собственной фарфоро-фаянсовой промышленностью, за годы войны наблюдалось усиленное развитие этой отрасли промышленности, что в свою очередь привело к некоторым поставщикам прежних рынков.

Остановимся на отдельных основных поставщиках фарфоро-фаянсовых изделий на мировой рынок.

**Германия.** Германская фарфоро-фаянсовая промышленность, насчитывающая до 500 предприятий, в которых занято ок. 100 тыс. рабочих, работает гл. обр. на привозном сырье (каолин из Чехо-Словакии, полевая шпата из Скандинавских стран), что в свою очередь отражается на стоимости готовых изделий. Несмотря на эти неблагоприятные условия герм. фарфоро-фаянсовая промышленность занимает первое место в мировом экспорте этих товаров, что следует объяснить высоким качеством вырабатываемой продукции. В Германии вырабатываются все без исключения виды изделий из фарфора и фаянса, начиная с электрофарфора и кончая трубками и пуговицами. Для экспорта наибольшее значение имеет фарфоровая посуда. На экспорт за последние годы шло ок. 65% всей фарфоровой продукции, в то время

как в 1913 доля экспорта в общей продукции определялась в 45%; по фаянсу подробных данных не имеется, так как заводы, вырабатывающие фаянс, обычно производят также и гончарные изделия. Для определения размеров продукции и емкости герм. рынка в целом могут служить следующие цифры: в 1928 производство всех керамических изделий (кроме труб и кирпичей) определялось в 215 тыс. т на сумму ок. 200 млн. герм. марок; экспорт же за тот же год оценивался в сумме 125 млн. герм. марок, а импорт — в сумме 18 млн. герм. марок; т. о. внутреннее потребление страны может быть ориентировочно исчислено в 93 млн. герм. марок.

Экспорт фарфора и фаянса из Германии по отдельным основным видам изделий приведен в таблице 2.

Табл. 2. — Экспорт фарфора и фаянса из Германии.

Наименование товара	1913		1918		1929	
	т	тыс. мар.	т	тыс. мар.	т	тыс. мар.
Фарфор белый . . . . .	2 281	2 696	2 328	4 002	3 532	5 011
* художеств. . . . .	7 176	11 914	2 645	11 347	2 347	11 642
Пуговицы, трубки и т. д. . . . .	3 684	4 026	1 897	3 636	3 910	6 779
Фарфор цветной . . . . .	36 356	33 266	33 751	49 624	52 126	48 138
Фаянс одноцветный . . . . .	12 206	5 903	13 162	9 771	15 083	11 196
* разноцветный . . . . .	19 046	11 383	11 931	10 825	10 288	10 701
Предметы роскоши из фаянса . . . . .	645	1 272	1 203	2 709	1 377	3 593
Изоляторы фарфоровые . . . . .	9 686	6 440	6 135	6 270	8 524	8 419

Наиболее крупное экспортное значение имеет фарфор цветной, хозяйственный по преимуществу (сервизы, столовая посуда и пр.), а затем фаянс того же типа.

Великобритания. По переписи 1925 на предприятиях фарфоро-фаянсовой пром-сти Великобритании было занято ок. 70 тыс. рабочих; общая продажная стоимость выработанной продукции (включая также санитарные изделия и плитки) исчислялась примерно в 17,5 млн. фунтов ст.

По отдельным видам товаров эта сумма распределялась след. образом:

Электрофарфор . . . . .	754 000 ф. ст.
Санитарные изделия . . . . .	3 469 000 » »
Фарфор белый прочий . . . . .	1 924 000 » »
Фаянс, полуфарфор и майолика . . . . .	8 842 000 » »

Остальное количество падает на плитки, глиняные трубки для курения и пр. Великобритания занимает 2-е место в мировом экспорте фарфоро-фаянсовых изделий. В 1927 на ее долю приходилось 26% мирового экспорта; в 1928 наблюдалось нек-рое понижение (23%), к-рое продолжалось и в 1929. Впрочем это по-

нижение экспорта следует считать относительным, так как абс. цифры экспорта остались стабильными, но поскольку мировой оборот растет, доля участия в нем Великобритании снижается.

В табл. 3 приводятся данные об экспорте фарфора и фаянса из Великобритании по основным видам изделий.

Табл. 3. — Экспорт фарфора и фаянса из Великобритании.

Наименование товара	1928		1929	
	англ. ч	т. ф. ст.	англ. ч	т. ф. ст.
Фаянс и полуфарфор . . . . .	709 593	2 766,3	787 381	3 065,2
Фарфор . . . . .	22 632	461,2	19 990	2 115,0
Электрофарфор . . . . .	60 542	383,9	75 420	203,3
Глиняные изделия . . . . .	196 326	109,2	94 284	89,3
Плитки всякие . . . . .	328 847	516,7	435 163	599,3
Санитарные изделия . . . . .	869 348	1 241,1	851 840	1 350,7
Огнеупорные изделия кроме кирпичей . . . . .	2 760 161	575,8	2 776 288	573,5
Итого . . . . .	4 907 249	5 845,7	5 040 272	6 292,9

Импорт Великобритании в 1928 определяется в 1 055 156 ф. ст., а в 1929 —

1 149 208 ф. ст. Главное место в импорте занимают

фаянсы майолика (442 253

ф. ст.), а затем фарфоровая посуда (116 869 ф. ст.)

и электрофарфор (116 869

ф. ст.). Импорт фарфора и фаянса в Великобритании

по сравнению с довоенным временем сильно

сократился. Это объясняется введением

высоких пошлин, отражающихся гл. обр. на им-

порте средних сортов фар-

форо-фаянсовых изделий. В отношении

экспорта значительный рост отмечается

преимущественно по дешевым сортам. Ко-

личественный рост экспорта сопровож-

дается ростом ценностного выражения,

что свидетельствует об отсутствии замены

одних товаров другими.

Франция. Хотя по размерам экспорта фарфора и фаянса Франция занимает довольно значительное место в мировом балансе, она стоит в стороне от острой конкурентной борьбы за рынки

сбыта, т. к. экспорт ее состоит гл. обр. из высокохудожественного фарфора зна-

менитых, издавна зарекомендовавших се-

бя, марок.

Реализация этих изделий рассчитывает-

ся на узкий круг потребителей. В последние

годы замечается усиление экспорта и по др. видам изделий. Экспорт Франции по основным видам номенклатуры пред-

ставлен в табл. 4.

Основными импортерами франц. фар-

форо-фаянсовых изделий являются Бель-

гия, Великобритания, Германия, франц. колонии и САСШ. Франц. художествен-

Табл. 4.—Экспорт фарфора и фаянса из Франции.

Наименование товара	1913		1928		1929	
	т	тыс. фр.	т	тыс. фр.	т	тыс. фр.
Санитарные изделия . . .	—	—	830	4 000	1 300	5 800
Фаянс обыкновенный	9 715,3	4 371,9	20 600	57 000	16 300	50 100
" тонкий майола . . .	2 664,9	924,9	9 650	32 000	13 400	42 000
Фарфор белый . . . . .	3 334,6	5 301,9	2 690	29 000	620	18 400
" раскрашенный	4 076,9	16 919,3	2 730	56 000	4 040	63 000
" битсы, и парма	2,9	12,0	3	55	7	90
Стат. и химич. фарфор	—	—	5	185	24	490
Изоляторы всякие . . .	403,2	612,3	3 400	14 300	4 475	20 200
Зубы искусственные . .	—	—	10	4 300	5	3 800
Итого без плиток, кирпичей, труб и пр.	—	28 142,3	—	196 840	—	214 480

ный фарфор вывозится почти во все страны мира. Импорт фарфоро-фаянсовых изделий во Францию, несколько уменьшившийся после войны (1913—10 млн. зол. фр., 1929—8 млн. зол. фр.), состоит гл. обр. из художественного фарфора.

**Чехо-Словакия.** Фарфоро-фаянсовая пром-сть Чехо-Словакии вырабатывает преимущественно посуду. Общая стоимость производства этой пром-сти в последние гг. исчисляется в 350 млн. чеш. крон, из к-рых 85% поступает на экспорт. Чехо-словацкая фарфоро-фаянсовая пром-сть находится в благоприятном положении в виду наличия в стране больших количеств сырья высокого качества. В послевоенное время Чехо-Словакия значительно расширила свой экспорт и благодаря низкой себестоимости сумела продвинуться на ряде рынков за счет вытеснения конкурентов, в частности Германии. Однако в 1929 на мировом рынке появился для Чехо-Словакии новый сильный конкурент—Япония, к-рый в смысле себестоимости изделий находится в еще более выгодном положении. Вывоз фарфора из Чехо-Словакии по основным видам изделий характеризуется след. цифрами.

Табл. 5.—Экспорт фарфора из Чехо-Словакии по основным видам изделий (в млн. чеш. крон).

Наименование	1925	1926	1927	1928	1929
Электрофарфор	9	10	16	20	18
Белый фарфор	46	34	41	53	41
Цветной фарфор	204	181	221	244	245
Итого . . .	259	235	278	317	304

Экспорт фаянса и пр. керамических изделий составляет примерно ок. 25% всего экспорта фарфоро-фаянсовых изделий. Так, в 1928 при общей сумме экспорта в 402 млн. чеш. крон на фарфор падало 319 млн., а на фаянс и пр. керамические изделия (кроме плиток, кирпи-

чей и глиняных труб)—83 млн. чешских крон.

**Япония.** Япония в послевоенные годы сумела занять 3-е место в мировом экспорте фарфоро-фаянсовых изделий. Японская фарфоро-фаянсовая пром-сть в значительной мере работает на экспорт, к-рый поглощает ок. 50% всей продукции. Стоимость продукции этой отрасли пром-сти, исчислявшаяся в 1913 в 16 млн. иен, в 1928 возросла до 70 млн. иен и по основным видам изделий распределялась след. обр.: предметы для украшения жилищ—15 млн. иен, хозяйственный фарфор и фаянс—43 млн. иен, изоляторы—5 млн. иен, игрушки—500 тыс. иен, пр. изделия—ок. 5 млн. иен. Экспорт всех видов фарфоро-фаянсовых изделий в 1913 составлял в объеме ок. 4 млн. иен, в 1928 возрос до 32 млн. иен, а в 1929—до 36 млн. иен. Выше 40% японского экспорта фарфора и фаянса направляется в САСШ, где японские изделия успешно конкурируют с германскими.

**САСШ.** Фарфоро-фаянсовая пром-сть САСШ стоит на высокой ступени развития. Из года в год наблюдается рост производства. Общая стоимость продукции по официальным данным оценивалась за период с 1913 по 1927 в 110 млн. долл. Несмотря на широко развитую собственную фарфоро-фаянсовую пром-сть и значительный экспорт (в 1928—шестое место в мировом экспорте) САСШ одновременно являются одним из самых крупных в мире импортеров фарфора и фаянса. Это объясняется тем, что продукция САСШ очень дорога и по цене недоступна малому числу населения. В частности в САСШ совершенно не вырабатывается дешевого фарфора, и основная доля потребности в хозяйственной фарфоровой посуде покрывается путем импорта из Японии и Германии, тогда как фаянс поступает из Великобритании. Экспорт фарфоро-фаянсовых изделий представлен в табл. 6.

Импорт фарфоро-фаянсовых изделий в САСШ значительно превышает экспорт и за последние годы характеризуется след. цифрами: 1927—12 420 тыс. долл., 1928—10 890 тыс. долл., 1929—10 910 тыс. долл.

В 1930 при пересмотре таможенного тарифа было произведено увеличение ввозных пошлин, вследствие чего в настоящее время импорт в САСШ фарфора и фаянса очень затруднен. Пошлина на столовые сервизы и чашки достигает по новому тарифу 75—99% ad valorem.

**Бельгия,** так же как и САСШ, экспортирует нек-рые виды фарфоро-фаянсо-

Табл. 6.—Экспорт фарфоро-фаянсовых изделий из САСШ.

Наименование	1927		1928		1929
	т	тыс. долл.	т	тыс. долл.	
Электрофарфор . . . . .	3 547,2	1 292	2 988,4	1 375	.
Фарфоровая посуда . . . . .	225,0	161	303,5	197	.
Прочие фарфоровые изделия . . . . .	300,8	178	325,0	193	.
Итого . . . . .	4 073,0	1 541	3 616,9	1 765	2 280

вых изделий, сама импортирует другие. В Бельгии производится преимущественно т. н. грубые керамические изделия, т. е. кирпичи и плитки, к-рые она и вывозит в довольно значительных количествах.

Табл. 7.—Импорт и экспорт в Бельгию.

Экспорт 1928 . . . . .	20 368 961	и на 2 757 082 тыс. фр.
» 1929 . . . . .	13 787 484	» 2 805 941 » »
Импорт 1928 . . . . .	2 283 385	» 180 040 » »
» 1929 . . . . .	3 331 328	» 248 026 » »

Голландия участвует в мировом экспорте лишь в размере 1,7%. Одновременно эта страна является крупным импортером фарфора и фаянса.

Табл. 8.—Импорт и экспорт в Голландию

Импорт 1928 . . . . .	4 023,4	тыс. долл.
» 1929 . . . . .	3 944,3	» »
Экспорт 1928 . . . . .	3 003,7	» »
» 1929 . . . . .	3 171,7	» »

Перечисленными восемью странами исчерпывается список основных поставщиков фарфоро-фаянсовых изделий на мировой рынок.

**Мировой экспорт стекла и стеклянных изделий**, исчислявшийся в 1913 в 112 млн. долл., за последние 15 лет возрос до 210 млн. долл. Участие отдельных главных поставщиков на мировом рынке и движение этого экспорта могут быть охарактеризованы следующими данными:

Табл. 9.—Мировой экспорт стекла и изделий.

Страны	1913		1928	
	млн. долл.	в %	млн. долл.	в %
Германия . . . . .	36,5	32,2	53,0	25,7
Бельгия . . . . .	21,25	18,7	40,25	19,5
Чехо-Словакия . . . . .	21,0	18,5	39,5	19,1
Франция . . . . .	12,75	11,2	22,75	11,9
Великобритания . . . . .	9,25	8,1	11,75	5,6
САСШ . . . . .	4,25	3,7	20,75	10,0
Нидерланды . . . . .	2,75		3,25	
Япония . . . . .	1,75		6,25	
Прочие страны . . . . .	4,0	7,6	7,5	8,2
Итого . . . . .	113,5	100	205	100

Изменения, происшедшие в последние годы в структуре мирового экспорта стекла и изделий из него, выразились в

сокращении доли участия Германии (с 32% в 1913 до 25% в 1928) и Великобритании (с 8,2% в 1913 до 5,6% в 1928, и в увеличении уд. в. на мировом рынке САСШ и Японии, т. е. внеевропейских стран.

Германия является главнейшим мировым экспортером стекла. Она вывозит на внешний рынок примерно 30—35%

своего производства. По количеству и по ценностному выражению среди экспортируемых ею товаров 1-е место занимает пустотелое стекло, затем идет оптическое и на 3-ем месте стоит листовое. Свыше 63% всего герм. экспорта стекла направляется на европ. рынок. О движении этого экспорта из Германии можно судить по нижеследующим данным: в 1913 было экспортировано на 145,7 млн. герм. марок, в 1923—на 183, в 1928—на 211, в 1929—на 248 млн. герм. марок.

Бельгия и занимает 2-е место в мировом экспорте стекла. Основной статьей является оконное и зеркальное стекло, по к-рому она на многих рынках может считаться монополистом. Наблюдающееся за последние гг. увеличение экспорта оконного стекла, составляющего ок. 50% всего вывоза Бельгии, происходило за счет расширения сбыта на рынках Канады, Великобритании, Британской Индии и Нидерландов. Экспорт стекла и изделий из него из Бельгии в 1927 определялся в 1 153 млн. франков, в 1928 возрос до 1 512 млн. франков.

Чехо-Словакия занимает 3-е место в мировом экспорте стекла. Так же как и германское, чехо-словацкое стекло идет преимущественно на европейские рынки, к-рые в 1928 поглотили 66% этого вывоза Чехо-Словакии. Основной статьей экспорта по ценностному выражению являются украшения из стекла, браслеты, бусы, бисер и пр., в отношении к-рых Чехо-Словакия до самых последних лет была почти монополистом поставщиком. Лишь начиная с 1927, эти изделия стала вывозить и Япония, вытеснившая Чехо-Словакию из ряда внеевропейских рынков, основных потребителей этих изделий. Экспорт Чехо-Словакии, оценивавшийся в 1927 в 1 143 млн. чеш. крон, в 1929 возрос до 1 378 млн. чешских крон.

Экспорт Франции состоит гл. обр. из различных сортов пустотелого стекла и в меньшей степени—из листового стекла. Экспорт Франции значительно меньше экспорта упомянутых выше стран; активный баланс Франции по стеклу не очень велик в связи с довольно крупным ввозом стекла и изделий из него в эту

страну. Экспорт этих изделий из Франции в последние гг. почти стационарен и составлял в 1927—527, в 1928—556 и в 1929—537 млн. фр.

Экспорт стекла и стеклянных изделий из Великобритании направляется гл. обр. в Брит. Индию, Брит. Юж. Африку, Австралию и Канаду. Основным предметом экспорта является листовое и отчасти пустотелое стекло. В последние гг. этот экспорт остается на уровне 2 300 тыс. ф. ст. (в 1928—2 268 тыс. ф. ст.).

САСШ со времени войны значительно увеличили свой экспорт стекла, повысив свою долю участия в мировом экспорте с 4,6% в 1913 до 12% в 1929. Однако впервые баланс САСШ по стеклу оказался активным только в 1928. Экспорт САСШ направляется гл. обр. в страны Америки, а также в Азию и Австралию, где САСШ в последнее время начали конкурировать с Великобританией. В Европу САСШ поставляют преимущественно фотоаппаратуру и отчасти оптическое стекло. За последние годы экспорт стекла и изделий из него из САСШ показывает неуклонный рост: в 1927 было экспортировано на 17 325 тыс. долл., в 1928—на 19 723 тыс. долл., в 1929—на 23 801 тыс. долл.

Япония за последние гг. выдвинулась в число крупных мировых поставщиков стекла. Благодаря низкой себестоимости продукции Японии становится все более и более опасным конкурентом для прежних основных европейских экспортеров и успешно вытесняет некоторых из них. Импортными японского стекла являются почти исключительно страны Азии (Дальний Восток) и отчасти САСШ.

Главную статью экспорта Японии составляет пустотелое и хозяйственное стекло, а в последние годы украшения из стекла, искусственный жемчуг, бисер, бусы, браслеты и т. п. изделия. Экспорт в последние годы носит скачкообразный характер, о чем можно судить по нижеследующим данным: в 1926 было экспортировано на 14 308 тыс. ден., в 1927—на 16 631, в 1928—на 12 942 и в 1929—на 13 211 тыс. ден.

На последнем месте в списке основных мировых поставщиков стоит Голландия. Баланс внешней торговли стеклом в этой стране пассивен, т. е. она больше возит, чем вывозит стекла и стекл. изделий. Экспортирует Голландия преимущественно бутылки и зеркальное стекло как в европейские (Великобританию), так и в заокеанские страны (Южную Африку и Колумбию).

**Фарфоро-фаянсовая и стекольная промышленность СССР.** Производство стеклянных изделий одно из древнейших в России; зарождение его относится к 17 веку. Производство фарфоро-фаянсовых

изделий возникло во 2-й половине 18 века и по своим размерам уступало первому. Несмотря на наличие богатейших и практически неисчерпаемых залежей сырья фарфоро-фаянсовая промышленность России работала на привозном сырье: каолин она импортировала из Англии, полевой шпат из Скандинавских стран. В последний предвоенный год (1913) на территории России насчитывалось 42 фарфоро-фаянсовых завода, на которых было занято 25 200 рабочих; из указанных 42 заводов 13 заводов находились в областях, отошедших от СССР. Общая продукция фарфоро-фаянсовой промышленности в 1913 определялась в 220 млн. шт. изделий на сумму 22 340 тыс. руб.

По размерам производства стекло- и аля пром-сть стояла на более высокой ступени. По данным Бюро съезда стекольных заводчиков в 1913 действовало 277 заводов с 75 тыс. рабочих; из указанных 277 заводов 40 заводов находились на территории, отошедшей от СССР. Общая выработка этой пром-сти в 1912 оценивалась в 70 100 тыс. руб.; около половины всей продукции приходилось на бутылки, затем шли листовое стекло и посуда, остальные изделия производились в несравненно меньших размерах, но все же почти в достаточных для удовлетворения внутренних потребностей. Качество вырабатываемых фарфоро-фаянсовых и стеклянных изделий не уступало зарубежному, вследствие чего импорт этих товаров был незначителен; по фарфору и фаянсу он был значительно меньше экспорта, а по стеклу больше чем в 2 раза превышал экспорт.

Восстановление разрушенной в период войны и революции фарфоро-фаянсовой и стекольной пром-сти относится к 1921, когда были проведены соответствующие мероприятия по реставрации заводов и по снабжению их необходимым сырьем и топливом. В течение последующих лет была проведена большая организационная работа по объединению этих отраслей пром-сти. Вполне восстановленная, реорганизованная и реконструированная стекольно-фарфоровая пром-сть к началу операционного 1927/28 в организационном отношении может быть характеризована данными табл. 10.

В целях обеспечения фарфоро-фаянсовой и стекольной пром-сти сырьем были приняты необходимые мероприятия по развитию в Союзе каолиновой и полевошпатовой пром-сти. В настоящее время эта отрасль пром-сти работает исключительно на сырье союзного происхождения; импорт каолина и полевого шпата совершенно прекращен. Надлежащее обеспечение сырьевой базой и организация регулярного снабжения высококачественным сырьем, а также реконструкция самого производства создали благоприят-

Табл. 10.

Группы хозяйстведений	Хозоб- службы	Заводы	Средн. произв. в т	Общ. про- изв. в % к итогу
Тресты союзн. значения	1	3	748	4,9
Респ. тресты РСФСР . . .	1	9	1 816	55,8
» » УССР . . . . .	1	9	1 631	32,2
Местные тресты . . . . .	1	3	290	1,9
Проч., подч. ВСНХ . . . .	4	4	542	4,9
Заводы, арендов. в др. ведомствах . . . . .	1	1	129.	0,3
<b>Итого . . . . .</b>	<b>9</b>	<b>29</b>	<b>1 566</b>	<b>100,0</b>

ные условия для развития фарфоро-фаянсовой пром-сти, продукция которой, как можно судить из нижеследующих данных, в 1927—28 превысила довоенный уровень.

1926/27—45 017,4 т на сумму 42 630 тыс. руб.  
1927/28—54 327,4 \* \* \* 54 392 \* \* \*  
1928/29—61 000,0 \* \* \* 59 497 \* \* \*

Развитие производства фарфора и фаянса по отдельным видам товаров характеризуется следующими данными (в т):

Табл. 11.

Наименование товара	1926/27	1927/28	1928/29	1929/30
Фарфор хозяйствен. » технич. . . . .	16 871	15 371	18 348	22 793
Фаянс хозяйствен. Фаянс санитарный и строительный	9 772	10 563	10 163	18 514
Майолика и камен- ная посуда . . . . .	16 873	25 439	29 930	29 003
	1 713	1 099	1 717	4 531
<b>Итого . . . . .</b>	<b>45 426</b>	<b>54 391</b>	<b>61 000</b>	<b>75 696</b>

Отсюда мы можем усмотреть, что основное значение в общей выработке имеют хозяйственные изделия из фарфора и фаянса—чайные и столовые сервизы, посуда и т. д.; производство технического, санитарного и строительного фарфора и фаянса до последних лет стояло на сравнительно низком уровне.

Начало восстановления стеклыной и фарфоро-фаянсовой пром-сти СССР, еще более сильно пострадавшей за годы войны и революции, относится также к 1921. Однако в связи с существовавшим в то время топливным кризисом состояние производства вплоть до 1925/26 продолжало оставаться неудовлетворительным. В последующие гг. развитие стеклыной промышленности шло более быстрым темпом.

О динамике роста производства стеклыной пром-сти СССР можно судить по след. данным (в т): 70 915 в 1922/23, 98 205 в 1923/24, 174 560 в 1924/25, 246 078 в 1925/26, 281 788 в 1926/27, 324 277 в 1927/28, 378 400 в 1928/29.

Наиболее быстрое развитие производства отмечается с переломного 1925/26; к 1928/29 стеклыная пром-сть СССР не только полностью восстановила свое производство, но и значительно превысила довоенный уровень. Развитие производства стекла и изделий из него до основных видов товаров в последние годы характеризуется след. цифрами:

Табл. 12.—Производство стекла и изделий из него (в т).

Наименование товара	1926/27	1927/28	1928/29
Стекло оконное полу- белое . . . . .	78 071	102 759	119 081
Стекло белое . . . . .	29 803	30 172	32 881
Бутылки . . . . .	109 863	110 161	111 218
Сортовая и хоз. посуда	24 671	32 849	34 447
<b>Итого . . . . .</b>	<b>281 788</b>	<b>324 277</b>	<b>377 638</b>

Эти цифры указывают на значительные изменения, происшедшие в структуре ассортимента стеклыной продукции. В довоенное время, как уже было отмечено, ок. 50% всей стеклыной продукции приходилось на бутылки, рынок иногда испытывал дефицит в листовом стекле и в стеклыной посуде. В последние гг. особенное значение было обращено на увеличение производства именно стекла и посуды, т. е. наиболее ходовых и необходимых товаров, вместе с этим значительно расширилась и их номенклатура; наши заводы стали вырабатывать почти все виды изделий, в т. ч. и те, к-рые прежде служили объектами импорта. Детальные сведения о номенклатуре вырабатываемых нашими стеклыными заводами товаров даны в следующей табл.:  
Табл. 13.—Производство стекла и стеклыных изделий в СССР (в т).

Наименование товара	1928/29	1929/30
Стекло оконное и белое . . . . .	119 053	127 512
Стекло белое . . . . .	52 881	79 607
Фотостекло . . . . .	1 285	3 208
Зеркальное стекло . . . . .	4 844	3 274
Разное листовое стекло . . . . .	1 835	3 426
Сортовая посуда . . . . .	24 367	29 839
Хозяйственная посуда . . . . .	14 656	14 302
Ламповое стекло . . . . .	11 909	13 291
Ламповый товар . . . . .	2 541	3 149
Предметы освещения . . . . .	1 242	1 816
Аптекарская посуда . . . . .	19 218	19 033
Фарфянозерная посуда . . . . .	3 659	6 003
Хищч. и лабор. посуда . . . . .	954	1 252
Бутылки винные . . . . .	111 218	126 550
Бутылки и баллоны . . . . .	4 351	9 048
Техническое стекло . . . . .	1 744	5 414
Электрическое стекло . . . . .	1 813	3 339
<b>Итого . . . . .</b>	<b>377 570</b>	<b>450 735</b>

Внешняя торговля СССР фарфором, фаянсом и стеклом. Выше мы уже отметили, что производство фарфоро-фаянса

и стекла в дореволюционной России почти полностью удовлетворяло потребности внутреннего рынка. Обороты внешней торговли этими товарами, т. е. экспорт и импорт фарфоро-фаянса и стекла, были незначительны и составляли 4,4% от местного производства; в ценностном отношении этот процент был несколько выше.

Нижепомещенная табл. дает представление о соотношении внутреннего производства, экспорта и импорта фарфоро-фаянса и стекла в 1912 (в т.).

Табл. 14.—Производство, экспорт и импорт фарфоро-фаянсо-стекла в 1912.

Наименование изделий	Производство т	Импорт т	Экспорт т	Внутр. потреблен. т
Фарфоровые изделия . . . . .	28 400	284	1 275	ок. 27 000
Фаянсовые изделия . . . . .	31 500	1 488	1 028	» 32 000
Стекло и изделия из него . . . . .	304 000	8 543	3 620	» 370 000

Импортировались наиболее тонкие изделия, гл. обр. стеклянные, не вырабатывавшиеся на местных заводах. В экспорте участие фарфоро-фаянса и стекла было одинаково. Рынками сбыта этих изделий служили 4 основные группы стран. Первое место занимали сопредельные вост. страны (Персия, Китай, Монголия, Афганистан и Турция), затем Балканские страны (Греция, Болгария, Румыния) и лимитрофы (Финляндия, Латвия, Эстония, Литва) и наконец страны Запада. Европы (Англия, Германия, Дания, Португалия и т. д.). Экспорт этих изделий, в основном направлявшийся (от 60% до 70%) на вост. и балканские рынки, в последнее пятилетие перед мировой войной развивался успешно (табл. 15).

Табл. 15.—Экспорт фарфора, фаянса и стекла из России (в т.).

Наименование товара	1909	1910	1911	1912	1913
Фарфор и фаянсовые изделия	1 015	1 134	1 369	1 862	1 688
Стекло и изделия из него . . . . .	1 615	1 383	1 735	1 944	1 690
Итого . . . . .	2 630	2 497	3 104	3 806	3 378

Так, обр. за 5 последних предвоенных лет этот экспорт увеличился на 30% (а в 1912 на 47% по сравнению с 1909). Русские фарфоро-фаянсовые и стеклянные изделия как на вост. рынках, так и в Прибалтике имели весьма крупное значение и занимали в общем импорте ряда стран 1-е место. Вместе с этим наблюдалось постепенное развитие экспорта и

на зап. рынки. Во время мировой и гражданской войн экспорт фарфоро-фаянсовых и стеклянных изделий совершенно прекратился. Возобновление этого экспорта относится к самым первым годам восстановления наших связей с вост. странами; в последующие затем гг. он развивался быстрым темпом и уже в 1927/28 достиг довоенного уровня.

Динамика развития экспорта фарфоро-фаянса и стекла за последние гг. в сравнительном разрезе с довоенным уровнем представлена в табл. 16.

По фарфоровым изделиям и в особенности по изделиям из стекла мы значительно превысили довоенный уровень экспорта; несколько отстает лишь вывоз фаянсовых изделий и оконного стекла. Подавляющая часть экспорта фарфоро-фаянса и стекла в последние гг., как и в довоенное время, направляется преимущественно в сопредельные с нами вост. страны. О роли отдельных стран в нашем стекло-фарфоро-фаянсовом экспорте можно судить по данным табл. 17.

Приведенные выше данные указывают не только на неуклонный рост экспорта и на расширение прежних рынков сбыта для наших стеклянных и фарфоро-фаянсовых изделий, но и на продвижение этих товаров на новые рынки. В последнее время мы не только отвоевали утерянные за гг. войны и революции прежние рынки в сопредельных вост. странах, но постепенно продвигаемся на рынки Европы и Америки. Это объясняется ростом нашей стекло-фарфоровой пром-сти, к-рая с каждым годом выделяет на экспорт все большее и большее количество продукции. Прежние вост. рынки сбыта в силу своей сравнительно малой емкости не могут полностью поглотить выделяемую нами на экспорт продукцию, тем более, что они предъявляют спрос на особый вост. ассортимент; излишки всех др. видов изделий находят сбыт на рынках Европы и Америки. Если наши дальнейшие успехи экспорта на вост. рынки связаны с проведением ряда мероприятий в области расширения и рационализации производства, а также улучшения ассортимента вырабатываемых изделий в смысле приспособления его к своеобразным требованиям вост. покупателя, то успешное развитие вывоза на новые, т. е. европейские и американские рынки, находится в прямой зависимости от чисто бытовых условий, от нашей конкурентоспособности и гибкости в отношении реализации и привлечения широкой клиентуры.

Условия сбыта стекло-фарфоровых изделий на внешнем рынке. Выше уже отмечалось, что емкость мирового рынка по фарфоро-фаянсовым и стеклянным изделиям в общей сложности исчисляется в 330—350 млн. долл., в то время как

Табл. 16.—Экспорт фарфоро-фаянса из СССР по видам изделий.

Наименование изделий	1913		1925/26		1926/27		1927/28		1928/29	
	т	тыс. р.	т	тыс. р.	т	тыс. р.	т	тыс. р.	т	тыс. р.
Фарфор. изделия . . .	1 275	1 247	562	596	1 068	1 072	1 094	1 097	1 504	1 787
Фаянсовые изделия . . .	924	441	51	51	96	84	294	158	331	348
Одноцвет. стекло . . .	1 156	314	691	248	1 554	513	1 149	332	830	244
Изделия из стекла . . .	2 549	1 376	1 992	1 043	1 992	1 043	3 092	1 663	4 995	2 091
Итого . . .	5 904	3 378	3 296	1 938	4 710	2 722	5 539	3 250	7 570	4 380
В % к 1913 . . . . .	—	100	—	57,0	—	80,1	—	96,0	—	129,3

Табл. 17.—Экспорт из СССР стекло-фарфоро-фаянсовых изделий по странам.

Страны	1913		1926/26		1927/28		1928/29	
	т	т. р.	т	т. р.	т	т. р.	т	т. р.
Всего . . . . .	5 904	3 378	4 710	2 722	5 539	3 250	7 570	4 280
В том числе:								
в Персию . . . . .	2 809	816	3 873	2 655	4 461	2 503	3 471	2 730
• Китай . . . . .	772	663	512	439	375	323	511	411
• Монголию . . . . .	—	—	—	—	—	—	—	—
• Тамир-Тува . . . . .	—	—	197	78	417	142	381	169
• Афганистан . . . . .	67	125	118	105	202	211	371	314
• Турцию . . . . .	441	582	2	2	6	3	1 921	359
• Египет . . . . .	—	—	—	—	5	5	609	117
• Финляндию . . . . .	1 713	1 085	—	—	14	10	64	26
• Ливитрофи . . . . .	—	—	—	—	11	8	54	37
• Скандинав. страны . . . . .	—	—	—	—	2	5	2	4
• Зап.-европ. страны . . . . .	132	75	—	—	33	12	25	50
• САСШ . . . . .	—	—	—	—	4	6	8	67

наш экспорт не достигает даже 1% к этой сумме, т. е. по сравнению с общими оборотами мировой торговли является незначительным. К импорту фарфоро-фаянсовых и стеклянных изделий в широких размерах прибегают не только остальные в пром. отношении страны, не располагающие этими производствами в размерах, достаточных для удовлетворения внутреннего спроса, но и все высоко развитые капиталистические страны, обладающие крупной фарфоро-стеклянной пром-стью. Даже такие крупнейшие мировые поставщики, как Германия, Бельгия, Чехо-Словакия, не говоря уже о САСШ, Великобритании и Франции, ежегодно ввозят эти изделия из других, конкурирующих между собой стран на млн. и десятки млн. рублей. Фарфоровая и стеклянная посуда, предметы роскоши и украшения жилищ, вазы, статуэтки, фигуры и пр. изделия фарфоро-фаянсовой и отчасти стеклянной пром-сти могут найти больший или меньший сбыт во всех без исключения странах мира, но в зависимости от того, насколько они придутся по вкусу местному потребителю, насколько могут они удовлетворить требования того или иного рынка. Национальные навыки, привычки, вкусы и капризы потребителя, наконец мода и любовь к новизне—все это имеет огромное, иногда решающее значение при сбыте фарфоро-фаянсовых и стеклянных изде-

лий. Крупнейшие импортеры, как напр. САСШ, требуют от ввозных изделий новизны, частой перемены типа и вида товаров и обязательно широкого разнообразия их; с друг. стороны, Австралия покупает самые дорогие англ. товары только в силу привычки к определенному стилю англ. изделий. В первом случае сбыт определяется резкими изменениями требований и вкусов, во втором—долготейшей привычкой и консерватизмом. Марокканские промышленники создают свой

особый стиль изделий и вырабатывают товары яркой расцветки, к-рая соответствует вкусу населения, ибо последнее не принимает иных товаров кроме ярких специальных расцветок. Египет требует изделий, к-рые отвечают вкусу и традициям покупающей публики, привыкшей к эффектным подаркам. Всякий рынок может оказаться емким, если ему будут предложены подходящие товары, и, наоборот, постоянный широкий потребитель может отказаться от товара своего обычного поставщика, если этот последний не учтет изменившихся запросов покупателя. Все это говорит о том, что при тщательном изучении отдельных рынков, и конечно при условии высококачественной продукции, фарфоро-фаянсовые изделия могут иметь сбыт почти во всех странах мира. Однако организация такого сбыта, в особенности на первых порах, требует огромной кропотливой работы, т. к. помимо требований потребителя необходимо учитывать также и наличие ожесточенной борьбы между отдельными крупными экспортными за рынки сбыта во всех без исключения странах. Мировой рынок не испытывает дефицита в этих товарах, наоборот, налицо перепроизводство. Европ. экспортеры, а также их конкурент—Япония, делают все сбытовые рынки на 3 группы. К 1-й относятся те страны, куда рационально ввозить высокие художественные

сорта фарфора и фаянса; во 2-ю группу включаются страны, к-рые принимают дешевые массовые изделия и наконец 3-ю группу составляют те страны, где при соблюдении известных условий находит сбыт и те и др. товары. К первой группе из крупных импортеров следует причислить САСШ и ряд «молодых стран», производство к-рых может обслужить местный спрос лишь на обыкновенные ходовые сорта товаров. Однако если для САСШ необходимо создать интересные художественные образцы, прибегнуть к обязательной широкой и дорогой рекламе и т. д., то в «молодых странах» в первую очередь необходимо установить тесную связь с импортерами и посылать товары безукоризненного исполнения. В данном случае не требуется постоянного смены рисунков, так как потребители, привыкнув к определенному типу товаров, неохотно переходят на другой. Необходимо еще отметить следующее: при импорте дорогих сортов фарфора в САСШ цена товара не имеет решающего значения. Иная картина наблюдается в др. странах, где необходимо тщательным образом следить за ценами конкурента, иметь гибкий сбытовой аппарат, тщательно разработать условия кредита, доставки и т. д. Ко второй группе относятся страны, обладающие своей хорошо развитой фарфоро-фаянсовой промышленностью, вырабатывающей высококачественные, но слишком дорогие по цене товары. Сюда следует в первую очередь отнести Англию, Германию, Бельгию и т. д. Здесь широким потребителем фарфоро-фаянсовых изделий являются маломощные слои населения, поэтому определяющим моментом в борьбе между конкурентами является цена товара. Большое затруднение для экспорта в эти страны представляют высокие импортные пошлины, имеющие в ряде случаев почти запретительный характер. Поэтому необходимо детально изучить имеющиеся постановления по обложению товаров, а также ознакомиться с продажными ценами конкурентов, в противном случае вряд ли можно рассчитывать на рациональную организацию экспорта и его успешное развитие. Что же касается третьей группы стран, к-рые могут служить рынком для сбыта и дешевых и дорогих сортов фарфоро-фаянсовых изделий, то сюда следует в первую очередь включить все страны, являющиеся явными импортерами, как например Вост. и Балканские страны, заокеанские страны: Юж. Америку, Австралию и африканские колонии. Емкость большинства этих рынков относительно невелика, но она с каждым годом быстро расширяется. Однако это отнюдь не означает, что при отсутствии местной промышленности в этих странах можно сбыть всякий товар. Туземные покупа-

тели также предъявляют свои требования, имеют свои привычки и вкусы, а следовательно и на эти рынки целесообразно направлять товары в ходовом ассортименте, к-рый по каждой стране выявить не трудно. Помимо отмеченных выше условий, обеспечивающих успех экспорта, необходимо также обратить внимание на постановку рекламы экспортируемых изделий. Каждая из стран Европы (Германия, Чехо-Словакия, Англия), и тем более САСШ, имеют свои собственные методы рекламы. Кроме выступлений в прессе с систематическими объявлениями, кроме уличных, световых и пр. реклам, кроме специально приспособленных кинолент (Германия, САСШ) существуют еще особые «недели фарфора» (Германия), распродажи или аукционы, премии, призы и пр. За всеми этими начинаниями наших конкурентов необходимо внимательно следить, не упуская случая привлечь к своей фирме и марке внимание потребителей. Помимо этого необходимо учесть огромное значение выставок и ярмарок керамических изделий, которые, напр. в Германии (Лейпциг и т. д.), имеют решающее значение для годового оборота некоторых предприятий.

**Рынки сбыта.** До сих пор такими рынками сбыта сов. фарфоро-фаянсовых и стеклянных изделий являлись восточные страны и гл. образ. Персия. Собственное производство фарфора, фаянса и стекла в этой стране стоит на весьма низком уровне и имеет чисто кустарный характер. Основная потребность страны в этих товарах удовлетворяется путем импорта. В довоенное время из общей суммы персидского импорта фарфора и фаянса, оценивавшегося в 1913—1914 в 3 021 тыс. крап, на долю России приходилось 85% доля же участия России в персидском импорте стекла (1913—14—2 863 тыс. крап) была еще выше и составляла в этом году 87%. В годы отсутствия наших изделий рынок Персии был наводнен иностранными товарами, гл. образ. японскими. Восстановление нашего экспорта постепенно вытесняло конкурентов с занятыми ими в наше отсутствие позиций на этом рынке; в настоящее время мы уже почти полностью восстановили наше положение, однако конкуренция др. стран теперь ощущается более остро, чем прежде, чему конечно способствуют постройка трансперсидской ж. д. и улучшение юж. шоссевых дорог. Это усиление конкуренции и медленный рост потребления, в особенности по фарфору и фаянсу, ставят сравнительно узкие рамки для дальнейшего развития экспорта этих изделий в Персию. В течение последних лет наш общий экспорт фарфора, фаянса и стекла в Персию увеличился в количественном отношении всего лишь



лия подходит к введению монополии внешней торговли и уже сейчас весь ее внешнеторговый оборот строго планирован и тесно увязан с производственными и торговыми организациями СССР, тогда как импорт из Китая и Зап. стран строго контингентирован. Современный экспорт стекла, фарфора, фаянса в Монголию и Тунь-Туву незначителен; распределение его по основным видам изделий в 1928/29 дано в табл. 20.

Табл. 20.—Экспорт стекло-фарфоро-фаянса в Монголию и Тунь-Туву.

Наименование изделий	Монголия		Тунь-Тува	
	т	тыс. руб.	т	тыс. руб.
Фарфоровые изделия	15,9	17,1	10,1	7,9
Стелянная посуда . . .	35,8	15,8	3,7	3,2
Ламповое стекло . . .	—	—	1,5	0,5
Бутылки . . . . .	41,8	11,7	—	—
Зеркала . . . . .	0,2	0,6	—	—
Оконное стекло . . . .	241,5	84,9	5,1	1,4
Прочие стеклянные изделия . . . . .	16,1	12,7	0,8	0,9
<b>Итого . . . . .</b>	<b>335,1</b>	<b>142,8</b>	<b>21,2</b>	<b>13,0</b>

Так, обр. основное значение в экспорте в Монголию имеет оконное стекло в связи с ростом строительства в этой стране. Для снабжения Монголии стеклянными изделиями и стеклом могут быть использованы находящиеся в Сибири заводы, в частности Верхнеудинский завод оконного стекла и Томский завод пустотелого стекла.

Афганистан. Сбыт наших изделий на афганском рынке в довоенное время имел ограниченные размеры, т. к. по договору с Англией довоенная Россия признала эту страну входящей в «сферу влияния» Англии и отказалась от права посылки туда своих торговых представителей. В 1913 весь наш экспорт в Афганистан оценивался в 119,3 тыс. р. по фарфору-фаянсу и в 5,8 тыс. р. по стеклу и изделиям из него. Возобновление торговых отношений СССР с Афганистаном относится к 1922/23, в дальнейшем эта торговля развивалась при посредстве афганских купцов, сбывающих в Союзе продукты. В последние гг. наш экспорт в Афганистан значительно превысил довоенный уровень.

Распределение вывоза в эту страну представлено в таблице 21.

Так, обр. наибольший спрос находят фарфоровые изделия, гл. обр. посуда и в особенности чайники, к-рые из Афганистана проникают в Б р и т. И н д и ю. Эта возможность продвижения наших изделий на новый весьма емкий индийский рынок должна быть нами использована. Несмотря на наличие собственной фарфоро-фаянсовой и стекольной пром-сти

Табл. 21.—Экспорт стекло-фарфоро-фаянса в Афганистан.

Наименование изделий	т	Тыс. р.
Фаянсовые изделия . . . . .	13,1	13,5
Фарфоровые * . . . . .	253,8	255,2
Стелянная посуда . . . . .	14,1	12,9
Ламповое стекло . . . . .	15,7	4,0
Бутылки . . . . .	42,4	7,7
Зеркала . . . . .	0,6	1,4
Оконное стекло . . . . .	27,7	7,5
Прочие стекла, изделия . . . . .	3,4	3,5
<b>Итого . . . . .</b>	<b>370,8</b>	<b>313,7</b>

Брит. Индия является крупнейшим импортером этих изделий. За последние гг. здесь наблюдается увеличение спроса на товар европ. происхождения. Импорт фарфоро-фаянсовых изделий в Индию превышает 8 млн. рупий (в 1927/28—8 070 870 рупий), а стекл изделий из него 25 млн. рупий (1929/30—25 193 тыс. рупий). В отношении фарфоро-фаянса большим спросом пользуются хозяйственная посуда и утварь среднего качества, дорогие изделия не находят широкого спроса. На рынке наблюдается ожесточенная конкуренция европ. поставщиков и Японии, к-рая с каждым годом отвоевывает новые позиции благодаря дешевизне своих изделий. В отношении стеклянных изделий преимущественно сбыт находят дешевые изделия, гл. обр. украшения—браслеты, затем бутылки, флаконы, оконное и зеркальное стекло, ламповое и пр. стекло для осветительных целей. Первое место среди импортеров стеклянных изделий в Индию принадлежит Японии, с к-рой успешно конкурируют Чехо-Словакия и Германия, затем идут Бельгия, Великобритания и Италия. Наш экспорт по сравнению с этими поставщиками ничтожен, между тем наши товары рынком были приняты хорошо и могли бы найти значительно больший сбыт.

Турция как рынок для сбыта наших стекло-фарфоровых изделий за годы войны и революции была совершенно потеряна. В последний предвоенный год (1913) Россия поставляла в Турцию 8% (581,2 тыс. р.) общего ее импорта этих изделий, а затем была совершенно вытеснена европ. конкурентами. Наибольший сбыт находили изделия вост. ассортимента—стаканчики, блюда из стекла, фарфоровые чайники; в меньших размерах вывозилась продукция европ. типа. Возобновление нашего экспорта в эту страну относится лишь к 1928/29, т. е. значительно позже, чем в др. вост. страны. Распределение этого экспорта по основным видам изделий в 1928/29 представлено в табл. 22.

Цифры показывают, что в последние гг. главной статьёй нашего экспорта служи-

Табл. 22.—Экспорт стекло-фарфоро-фаянса в Турцию.

Наименование изделий	т	Тыс. руб.
Фаянсовые изделия	11,5	17,1
Фарфоровые	29,9	46,6
Стекла и посуда	461,8	47,6
Ламповое стекло	7,0	2,3
Бутылки	1 356,3	226,7
Оконное стекло	47,8	14,2
Прочие стекл. изделия	4,8	4,2
Итого	1 949,1	358,7

ли бутылки и несравненно меньшее место занимала стеклянная и фарфоровая посуда. Турецкий рынок представляет для нас несомненный интерес. Местное производство фарфора и стекла носит полукустарный характер и далеко не покрывает внутренних потребностей страны. Основной спрос на эти изделия покрывается путем импорта из зап.-европ. стран. За обладание турецким рынком ведется ожесточенная конкуренция между Германией, Чехо-Словакией и Бельгией. Наши изделия, хорошо зарекомендовавшие себя, при надлежащей организации сбыта могут иметь преимущественный спрос перед европ. продукцией. Общая емкость турецкого рынка по стекло-фарфоровым изделиям исчисляется в сумме ок. 10 млн. турецких лир, т. е. доля нашего участия в удовлетворении потребностей этого рынка составляет всего 3—4% и далеко не покрывает спроса даже прилегающих к нашей территории вост. вилайетов. За последние гг. в связи с развитием строительства наблюдается значительное увеличение импорта оконного стекла. Турция в наст. время ввозит не менее 100 тыс. ящиков оконного стекла и не менее 60 тыс. м<sup>2</sup> матового и фасонного стекла. Главными импортными стеклами в наст. время являются Бельгия (8%), Чехо-Словакия (15%) и Германия (5%). Наибольшим спросом пользуется стекло толщиной в 1—2 мм и полудвойное—в 3 мм. Принят размер ящиков емкостью не свыше 10,75 м<sup>2</sup> стекла. Примерные цены: ящик стекла *cif* Константинополь 7—8 шилл. Стекло узорчатое и фасонное расценивается за 1 м *cif* Константинополь—26—30 пенсов. Бельгийские, чехо-словацкие и германские фирмы имеют своих представителей, принимающих заказы по прейскурантам. Исполнение заказа—20 дней. Кредит от 41 до 91 дня. Расход за бой фирмы не принимают; бой стекла обычно не превышает 1%, что говорит о том, что наши конкуренты обращают особое внимание на тщательность упаковки. Следует отметить, что турецкий рынок представляет для нас интерес еще и в том отношении, что через него мы можем, как показывает практика прошлых лет, установить

торговые связи с др. близлежащими странами, напр. с Египтом и странами Аравии, также являющимися крупными импортерами стекло-фарфоровых изделий.

Вследствие почти полного отсутствия собственного производства фарфора, стекла и изделий из него, Египет находится по этим товарам в полной зависимости от импорта. Импорт этих изделий в Египет с каждым годом увеличивался и в 1929 составил по фарфоро-фаянсу—183 107 егип. фунт. (против 176 880 егип. ф. в 1928) и по стеклу и изделиям из него—453 790 егип. ф. (против 395 141 егип. ф. в 1928). В импорте фарфора и фаянса основное значение имеют дешевая хозяйственная посуда, а также предметы украшения и раскоши для подарков, в значительной массе не дорогие, но «имеющие вид». Из номенклатуры стеклянных изделий преимущественным спросом пользуются оконное и зеркальное стекло, браслеты, подделки под драгоценные камни, столовая посуда, ламповое стекло и различное пустотелое стекло. Точно так же как и в Турции, на египетском стекло-фарфоровом рынке наблюдается ожесточенная конкуренция крупнейших мировых поставщиков стекла и фарфора. Первые попытки продвижения наших стекло-фарфоровых изделий на египетский рынок относятся к 1927/28, в следующем затем году нам удалось достигнуть определенных результатов в отношении размещения на этом рынке крупных партий лампового стекла. Однако до сих пор наш экспорт ничтожен по сравнению с общей емкостью рынка. Не подлежит сомнению, что Египет может явиться крупным рынком для сбыта как фарфоровых, так и стеклянных изделий.

Следует отметить также достигнутые нами успехи на рынке Ирака, где в 1927/28 нами были реализованы первые партии фарфоровой и стеклянной посуды, а также и оконного стекла на общую сумму 104,1 тыс. руб. Ирак, как и прочие арабские страны, принадлежит к числу рынков, где наши стекло-фарфоровые изделия могут найти широкий сбыт.

Помимо перечисленных выше стран рынками для сбыта наших стекло-фарфоровых изделий могут явиться Прибалтийские страны, непосредственно граничащие с СССР, как напр. Финляндия, Латвия, Литва, Эстония, а также и Польша. Эти страны в силу географической близости и сравнительно большой емкости вместе с первой группой стран восточных долин могут явиться для нас основными рынками сбыта. До войны потребность прибалтийских рынков в стекло-фарфоровых изделиях удовлетворялась продукцией наших заводов. По сравнению с др. странами мы имеем ряд преимуществ на этих рынках: потреби-

тель хорошо знаком с нашими изделиями, они пользуются успехом, в то же время расходы по транспорту невелики, что для такого товара, как стекло-фарфоровые изделия, имеет большое значение. Наиболее интересным рынком из этих стран является Финляндия, на долю которой в 1913 приходилось ок. 35% всего нашего экспорта стекло-фарфоровых изделий. Первые же попытки возобновления нашего экспорта на этот рынок в 1927/28 показали, что мы можем рассчитывать на завоевание прежнего положения на финляндском рынке, в особенности по фарфору. Экспорт стекла и стеклянных изделий на этот рынок встречает сильное противодействие со стороны местных стеклозаводчиков, которые 1/IX 1930 объединились в картель в целях борьбы с иностранной конкуренцией. Эстония импортирует преимущественно дешевую хозяйственную посуду из фаянса и из фарфора; тарелки, чашки, кружки, молочники, соусники, чайники, кофейники, а также дешевые сервизы. Главным поставщиком, почти монополистом, была до сих пор Германия, затем в несравненно меньшем объеме—Чехо-Словакия. В отношении стекла Эстония является экспортером, импорт этих изделий носит случайный характер. В Латвии своя фарфоро-фаянсовая пром-сть также развита слабо и не покрывает всех потребностей рынка. Основным поставщиком является Германия, однако наши изделия, как показал опыт прошлых лет, успешно конкурируют с германскими. В Литве вся потребность в стеклофарфоровых изделиях удовлетворяется исключительно путем импорта, т. е. собственная керамическая пром-сть находится в зачаточном состоянии. Однако в условиях трудного экономического положения покупательная способность населения низка, вследствие чего импорт незначителен. Польша до войны ежегодно потребляла стекло-фарфоровую продукцию наших заводов на сумму 3—4 млн. руб. В последние гг. в целях охраны своей фарфоро-фаянсовой пром-сти она ввела высокие заградительные пошлины. Несмотря на это импорт фарфоро-фаянсовых изделий в Польшу достигает 5—6 млн. золотых; импортируется гл. обр. фарфоровая посуда (разноцветная и одноцветная). На рынке наблюдается жесткая конкуренция Чехо-Словакии и Германии. К нашим изделиям, прекрасно зарекомендовавшим себя в довоенное время, наблюдается определенный интерес, однако развитие нашего экспорта до сих пор упирается в высокие пошлины.

Третьей, несомненно емкой группой рынков для сбыта сов. стекло-фарфоровых изделий, могут явиться Балканские страны, а также сев.-африканские колонии (Средиземно-

морский рынок). Сюда включаются Румыния, Греция, Болгария, Югославия и колонии в Сев. Африке—Алжир, Тунис и Марокко. Все эти страны отличаются очень слабо развитой собственной фарфоро-фаянсовой и стекольной промышленностью и являются довольно емкими рынками этих изделий, при условии наличия представителей, специально занятых распространением и пропагандой фарфоро-фаянсов. изделий. На этих рынках предложение рождает спрос, а не спрос—предложение. В Греции и собственных фабриках фарфора не существует; производится только фаянсовые изделия (в 1928 на сумму 5,5 млн. драхм). Ежегодный импорт фарфоровых и фаянсовых изделий достигает 27—28 млн. драхм (1928 на 7 576 тыс. драхм фаянса и на 19 943 тыс. драхм фарфора). В спросе гл. обр. дешевый ходовой ассортимент хозяйственной посуды. Обычная форма торговли—крупные запорядки по образцам через посреднические фирмы в период сезона (май—июнь). Почти тождественную картину мы наблюдаем и в др. Балканских странах—так напр. в Румынии при наличии прекрасно поставленной грубокерамической пром-сти, почти совершенно отсутствует производство фарфоро-фаянсовых изделий, все потребности в к-рых покрываются импортом. Ввозятся все виды изделий, преимущественно сбыт находит хозяйственная посуда—белая, цветная и с рисунками (до 5 500 т в год).

К числу крупных импортеров стеклофарфоровых изделий относятся и сев.-африканские франц. колонии. На этом рынке преимущественный сбыт находят изделия вост. ассортимента, преимущественно яркие расцветки. Наши изделия восточн. типа, как-то: хозяйственная посуда и предметы украшения жилищ, могут иметь хороший сбыт. Основным поставщиком является Франция, к-рая ввозит в эти страны следующие количества фарфоро-фаянсовых изделий:

Табл. 23.—Импорт фарфоро-фаянсовых и стеклянных изделий из Франции в сев.-афр. колонии.

Страны	Янв.—сент. 1929		Янв.—сент. 1928	
	в т	в тыс. фр.	в т	в тыс. фр.
Алжир . . . . .	3 678	17 577	2 869	14 395
Тунис . . . . .	674	3 229	804	2 615
Марокко . . . . .	918	4 294	530	2 339
Франц. Западная Африка . . . . .	248	849	147	636

Несколько слов следует посвятить странам Южной и Центральной Америки (Бразилия, Аргентина, Перу, Куба, Мексика и проч.), которые при надлежащей организации сбыта могут явиться крупными рынками для наших изделий.

Южная Америка как рынок довольно резко отличается от рынка Сев. Америки; это связано с тем, что в Юж. Америке собственная пром-сть отдельных стран развита слабо. Местная промышленность этих стран изготовляет только простые товары, остальная потребность, в особенности в части высококачественных изделий, удовлетворяется путем ввоза из САСШ и европ. стран, к-рые имеют своих представителей почти в каждой стране. Эти представители, хорошо знакомые с местными условиями, ежегодно сбывают товар на млн. долларов. В отдельных странах преимущественным спросом пользуются: в Аргентине—столовая посуда, фаянсовые хозяйственные предметы (горшки и пр.), чайные сервизы, фарфо-

ровые и фаянсовые тарелки и блюда. В Бразилии—чайные и кофейные сервизы белые с золотом, санитарные изделия. В Чили—столовые сервизы фаянсовые и фарфоровые (емкость около 1 700 м в год). В Кубе—чайные, кофейные и столовые сервизы (емкость около 6 000 м в год). Сезон—июнь—сентябрь.

Помимо отмеченных выше четырех основных групп стран наши фарфоро-фаянсовые изделия могут найти сбыт почти во всех др. странах, в т. ч. и на западно-европ. рынке—в Германии, Италии, Великобритании. Успех экспорта в эти страны всецело зависит от нашей конкурентоспособности в отношении цены, условий поставки, качества и ассортимента вырабатываемых изделий. *Н. Дюкалов.*

## Кирпич.

К. производится в Сов. Союзе прибл. на 1 200 заводах с общей мощностью в 4 500 млн. шт. Главнейшим производственным районом является б. Центр-пром. район, за ним идут Украина, Сев.-зап. область, Сев. Кавказ и т. д.

Экспорт К. из России и из СССР выражается в след. цифрах: за довоенное пятилетие (1909—13) вывозилось ежегодно в ср. 12,5 млн. шт. на сумму 99,8 тыс. руб.

С 1914 по 1925/26 экспорт К. прекратился и возобновился лишь в 1926/27; по данным таможенной статистики, он составил: в 1926/27—35 474 м на 187 777 р., в 1927/28—34 568 м на 219 965 руб., в 1928/29—33 629 м на 330 177 руб., в 1929/30—4 406 м на 57 000 руб.

По странам назначения экспорт К. распределяется след. образом:

Страны	1926/27		1927/28		1928/29	
	м	тыс. р.	м	тыс. р.	м	тыс. р.
Финляндия	35 333	181,0	34 286	209,0	22 358	304,0
Литва	—	—	133	7,3	774	14,4
Персия	96	1,1	—	—	309	4,2
Эстония	—	—	16	0,4	99	1,3
Англия	30	3,0	33	3,4	—	—
Германия	—	—	—	—	46	2,4
САСШ	—	—	—	—	53	3,3
Монголия	12	0,1	—	—	11	0,6

Т. о. главным потребителем союзного К. является Финляндия, в к-рую и в довоенное время вывозилась основная масса экспортного рус. кирпича.

Общая потребность Финляндии в К. выражается прибл. в 150 млн. шт. в год. Собственное производство Финляндии составляет примерно 100 млн. шт. в год. Т. о. ср. годовой импорт К. в Финляндию равняется 50—55 млн. шт. В этом импорте Сов. Союз участвовал в след. количествах: в 1926/27—8 млн. шт. (ок.

16%), в 1927/28—7,7 млн. шт. (ок. 15%) и в 1928/29—3 млн. шт. (ок. 6%). Падение роли союзного К. в снабжении финляндского рынка объясняется острой конкуренцией со стороны бельгийского кирпича, появившегося на финляндском рынке с 1927/28. В этом году Бельгия ввезла в Финляндию 35 млн. шт. и Эстония 5 млн. шт. К. Кроме Бельгии и Эстонии конкурентами СССР на финляндском рынке К. являются также Германия и Швеция. Бельгийский К. одерживал верх над союзным К. благодаря своей дешевизне и отчасти вследствие стандартности и однородности.

В качественном отношении финлянд. рынок предъявляет к К. след. технич. требования: К. должен быть красной, хорошо обожженный. Половинки допускаются не свыше 5%.

Размеры (специально финляндские) — 270 × 130 × 75 мм. Отклонения от этих размеров допускаются: а) в сторону уменьшения лишь на 5 мм в длину, на 4 мм в ширину и на 3 мм в толщину, б) в сторону увеличения—на 2 мм по каждому измерению.

Однако всего отклонений должно быть не свыше 10% от общего количества поставки.

Поскольку районами сбыта советского экспортного К. является Гельсингфорс с окрестностями (доставка водой) и Выборгская губ. (доставка по ж. д.), К. для Финляндии поставлялся с наиболее близко расположенных ленинградских заводов. В 1927/28 специально для экспорта были выделены след. кирпичные заводы: «Нева» с производительностью

4,8 млн. шт. сырца или 3 млн. шт. обжига, завод им. Свердлова 2-й (6 млн. шт. сырца или 4,8 млн. шт. обжига), завод им. Свердлова 3-й (10 млн. шт. сырца или 7 млн. шт. обжига) и завод «Ермак» (6 млн. шт. сырца, 4,8 млн. шт. обжига). В 1928/29 часть этих предприятий была заменена другими. В интересах получения особо высококачественного К., притом совершенно не зависящего от климатических и метеорологических случайностей, решено построить в Ленинградской обл. механизированный, технически усовершенствованный кирпичный завод. Новый завод даст также значительное удешевление К., что подымет его конкурентоспособность на финлянд. рынке.

В отношении способности союзного К. конкурировать в Финляндии с кирпичом др. происхождения существенную роль играет также транспорт.

Водная перевозка К. с стоящих на Неве заводов производится на финских лайбах и моторных судах, к-рые в состоянии погрузить одновременно не свыше 50 тыс. шт. К. Перевозка обходится дорого и ложится на товар большим накладным расходом. Фрахтовые ставки за лайбу составляют 55—60 фин. мар. с т, в осеннее время—на 5—10 фин. мар. с т дорожке. Перевозок в глубоководных баржах приходится избегать, т. к. они представляют большие затруднения при

разгрузке. Выгрузка на склад стоит приближ. 80—100 фин. мар. с тыс. штук. Погрузка и выгрузка производится ручным способом.

Что касается огнеупорного К., то основными рынками сбыта являются Латвия и Эстония, где с советским К. конкурирует шведский товар. Из СССР вывозится боровичский огнеупорный К. Центрошамота в ассортименте: «котел», «прима», «паровоз», «металл» и «фире». Емкость латвийского рынка определяется в 400 вагонов огнеупорного К. в год. На почве растущей потребности внутрисоюзной пром-сти в огнеупорном К. для экспорта будут вероятно выделены ограниченные контингенты, однако они будут достаточны для удовлетворения спроса лимитрофов.

В заключение отметим, что ввоз К. как в Финляндию, так и в Латвию не облагается таможенной пошлиной и не обременен ограничениями. Экспорт строительного кирпича (отчасти и огнеупорного) носит сезонный характер: сделки обычно заключаются зимой, а сроки поставки приурочиваются к периоду от начала навигации почти до конца строительного сезона.

Экспортом кирпича занимается советская организация по экспорту промышленных товаров Союзпромэкспорт.

В. Ландсберг.

102161

