

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Е.А. Хальченко, Д.С. Порхневская, III курс, Институт информатики, инноваций и бизнес-систем

Е.В. Хан – научный руководитель, старший преподаватель кафедры МН
ФГБОУ ВПО Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток

Целью работы является изучение эффективного межфирменного взаимодействия в автомобильной отрасли

В России в настоящее время выделяют два совершенно противоположных вида сетей: сети «выживания» и предпринимательские сети.

Предпринимательские сети – группы компаний, связанных между собой по горизонтали или по вертикали.

Предпринимательские межфирменные сети, в отличие от сетей «выживания», обладают хорошей ресурсной базой, ориентированы на увеличение прибыли, достижение компанией благоприятной рыночной позиции, а также на развитие инноваций. Они остаются динамичными благодаря необходимости поиска решений, которые устраивали бы каждого участника.

Мировая автомобильная промышленность за последние 20 лет подверглась серьезным структурным сдвигам, коренным образом, изменившим взаимоотношения между производителями, поставщиками и конечными потребителями.

Ситуацию в российской автомобильной промышленности в последние несколько лет можно охарактеризовать как неоднозначную. С одной стороны, происходил бурный рост рынка, вызванный, в том числе, ростом покупательской способности населения, развитием потребительского кредитования и укреплением национальной валюты.

С другой стороны, постоянно сокращалась доля отечественных производителей на автомобильном рынке при одновременном усилении конкуренции внутри ценовых сегментов.

В настоящий момент автомобильная промышленность Российской Федерации создает порядка 1% ВВП, обеспечивая около 400 тыс. рабочих мест непосредственно в компаниях-производителях автомобилей и комплектующих. Кроме того, отрасль создает около 1 000 000 рабочих мест в зависимых и дилерских компаниях. Автомобилестроение обеспечивает в смежных отраслях дополнительную занятость в экономике страны около 4,5 млн. человек.

В рамках Стратегии рассматриваются и моделируются четыре основных возможных сценария развития автомобильной отрасли в России:

1) высокая доля импорта и низкая доля экспорта (такие показатели обычно характерны на рынках, где национальные производители неконкурентны на мировом уровне и локализация полноценного производства невыгодна для международных производителей. В текущем положении находятся рынки легковых и грузовых автомобилей России);

2) низкая доля импорта и высокая доля экспорта (такие показатели характерны на рынках, где существует высокий уровень защиты внутреннего рынка, но где национальные автопроизводители высоко конкурентны на мировом уровне. Примерами таких рынков являются Южная Корея и Япония);

3) высокая доля импорта и высокая доля экспорта (такие показатели обычно характерны на рынках, которые с одной стороны, не имеют значительных барьеров для импортных автомобилей и, с другой стороны, являются важными глобальными центрами производства автомобилей. Примерами таких рынков являются страны восточной Европы Чехия, Венгрия, Польша и Испания);

4) низкая доля импорта и низкая доля экспорта (такие показатели характерны для стран, где национальные или локализованные международные производители слабо конкурентны на мировом уровне, и где правительство активно реализует политику локализации производства для потребления на внутреннем рынке. Примерами таких рынков являются Бразилия и Китай. Эти характеристики имеют рынки легких коммерческих автомобилей и автобусов в России);

Для сегмента легковых автомобилей на территории Российской Федерации с учетом текущего состояния наиболее приоритетным сценарием развития является сценарий «межфирменное взаимодействие».

Данный сценарий предполагает обеспечение около 80% потребительского спроса за счет внутреннего производства и незначительный объем экспорта (не более 8% от общего объема производства), преимущественно на рынки СНГ. Предполагается, что внутреннее производство будет разделено примерно в равных долях между российскими - 52% (1,65 млн. шт.) и иностранными локализованными производителями - 48% (1,5 млн. шт.)

Предполагается также, что на российском рынке будет два крупных российских производителя (в партнерстве с иностранными) и 4-5 крупных локализованных иностранных производителя. Реализацию сценария планируется структурировать без дополнительного повышения таможенных пошлин.

Основными формами альянсов являются приобретение меньшей доли участия, организация совместных предприятий, а также соглашения по совместному маркетингу. Что же касается географической принадлежности партнеров, то она очень разнообразна: среди 70 изученных альянсов соглашения этого типа были заключены между предприятиями Белоруссии, Великобритании, Германии, Канады, Кореи, Мексики, Норвегии, России, США, Финляндии, Франции, Чехии, Швеции, ЮАР, Японии и ряда других стран. Такую широкую географию партнерства можно объяснить одной из основных стратегических целей ДМ МСА — стремлением фирм выйти на новые рынки сбыта, а в конечном итоге — добиться глобального присутствия. В то же время данные альянсы нередко создаются и для достижения универсальности номенклатуры предлагаемой потребителям продукции.

Сравнение с ведущими странами с развитой автомобильной отраслью показало, что Россия отстает по таким показателям, как производительность труда, уровень инвестиций, структуре торгового оборота.

Объем инвестиций в основной капитал в России в 2008 г. составили 1,6 млрд. евро, что значительно ниже по сравнению с 2,4 млрд. евро в следующей по объему инвестиций стране – Индии. При этом объем производства в Индии несколько выше, чем в России.

Технический уровень создаваемой в последние годы российской автомобильной техники, в основном, соответствует международным требованиям, с существенной задержкой (до 4-7 лет) по времени их применения, в частности, по выбросам вредных веществ (уровень норм Евро), по обеспечению защиты пешеходов при дорожно-транспортных происшествиях, по оснащению электронными системами обеспечения устойчивости и т.п. Имеется определенное отставание и по уровню надежности, ресурсу, топливной экономичности, уровню комфорта, по использованию в серийном производстве передовых технических идей и технологий.

В настоящее время автомобильный НИОКР в России также отстает от мирового уровня. Затраты на НИОКР российских производителей автомобилей не превышают 1% от годовой выручки, в то время как в ведущих зарубежных компаниях эти затраты составляют 4-5% от годового оборота и выше. Это приводит к тому, что цикл развития новых моделей в России значительно длиннее, чем в ведущих мировых компаниях и, как результат, темп обновления модельного ряда заметно ниже.

Принимая в расчет, что 4% от годовой выручки являются средним показателем затрат на НИОКР по глобальным производителям, предполагается, что суммарные годовые затраты на НИОКР в России должны составлять не менее 44 – 53 млрд. рублей в год.

Автомобильные кластеры являются одним из ключевых факторов успеха автомобильной индустрии, что подтверждается практикой зарубежных стран. Создание отраслевых кластеров приносит значительную выгоду для всех его участников. Все автомобильные кластеры в России не обладают в полной мере ключевыми факторами успеха либо обладают ими на ограниченном уровне. В то же время отсутствие выраженной кластерной политики не позволяет полностью использовать преимущества развитых автомобильных кластеров зарубежных стран – Детройт (США), Валенсия (Испания), Уэльс и Вест Мидландс (Великобритания), Эмилия-Романья (Италия), Саксония-Анхальт, Сев. Рейн-Вестфалия, Кемниц-Цвикау (Германия) и др.

Автомобильная индустрия, являющаяся одной из важнейших отраслей промышленного производства, стоит на пороге коренных изменений. В наибольшей степени эти изменения должны быть связаны с формированием инновационной составляющей, развитием импортозамещения и ростом производительности труда. Инновационные сценарии развития отрасли предполагают разработку и принятие Стратегии развития автомобильной промышленности России, призванную решить проблему обеспечения автотранспортного комплекса страны конкурентоспособной продукцией отечественного производства, соответствующей современным требованиям безопасности, экологии и энергоэффективности на долгосрочную перспективу. Конечной целью всех этих инициатив является создание устойчивой национальной автоиндустрии.

Важнейшим элементом Стратегии является направленность на создание нового поколения инновационных автотранспортных средств и автомобильных компонентов.

Межфирменное взаимодействие предприятий позволяет:

- получать экономические ренты за счет совместного использования уникальных комплементарных активов и более совершенных рутин по передаче и обмену знаниями;
- защищать уникальные комплементарные активы, технологические или управленческие инновации «механизмами изоляции»;
- снижать транзакционные и производственные издержки;
- экономить время для опережающего развертывания производства новой продукции;
- уменьшать потери при свертывании присутствия в отраслях экономики, не обеспечивающих желаемую рентабельность бизнеса.