

Обеспечение конкурентоспособности продукции предприятий специального транспортного машиностроения

В.А. Сокурено,

аспирант, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (e-mail: Valeria2003@list.ru)

А.А. Исаев,

д-р экон. наук, проф., доцент, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (e-mail: isaevalex@list.ru)

Аннотация. Представлен оригинальный подход к обеспечению конкурентоспособности продукции предприятий специального транспортного машиностроения на государственном уровне. Разработаны рекомендации по совершенствованию нормативного механизма обеспечения конкурентоспособности. Представлена оригинальная модель создания отраслевого межрегионального кластера с целью обеспечения конкурентоспособности продукции. Представленный подход может быть использован при разработке программы развития отрасли специального транспортного машиностроения.

Abstract. The proprietary approach to the special transport engineering production competitiveness promotion at the state level is presented. The recommendations for regulatory instruments enhancement are developed. The proprietary model of the regional sectoral cluster creation for production competitiveness promotion is presented. The above mentioned approach can be used in machinery industry expansion program development.

Ключевые слова: конкурентоспособность, специальное транспортное машиностроение, межрегиональный отраслевой кластер, макрорегулирование, обеспечение конкурентоспособности.

Keywords: competitiveness, special transport engineering, trans-regional sectoral cluster, macro regulation, competitiveness promotion.

В настоящее время среди ученых и специалистов отсутствует единый научно обоснованный подход к обеспечению конкурентоспособности продукции. При этом продукция ряда российских предприятий специального транспортного машиностроения является неконкурентоспособной не только на мировом, но и на внутреннем рынке.

Ранее А.А. Исаевым был предложен методологический подход к оценке конкурентоспособности продукции на основе теории принятия решения о покупке [2], а В.А. Сокурено было обосновано создание системы управления факторами потребительной привлекательности продукции на предприятиях специального транспортного машиностроения для обеспечения конкурентоспособности на микроуровне [5]. Однако нельзя игнорировать и роль государства в обеспечении конкурентоспособности национальной продукции.

В 2004 году в России был создан Совет по конкурентоспособности и предпринимательству. С одной стороны, подобная инициатива свидетельствует о понимании необходимости обеспечения конкурентоспособности продукции на всех уровнях. Однако, его деятельность едва ли можно назвать эффективной.

На наш взгляд, для обеспечения конкурентоспособности продукции предприятий специального транспортного машиностроения на макроуровне необходимо решить ряд задач:

1) Совершенствование нормативного механизма по обеспечению конкурентоспособности национальной продукции.

На данный момент, в качестве основного нормативного документа, направленного на решение проблем конкурентоспособности, можно выделить Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года №328 Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», в рамках которой реализуется подпрограмма 1 «Развитие транспортного и специального машиностроения». На наш взгляд, некоторые задачи, выделенные в рамках данной программы, нуждаются в корректировке.

1. Комплекс мероприятий, обеспечивающих развитие промышленности в целом, включает пункт «обеспечение устойчивого финансового положения промышленности и формирование комплекса мер государственной финансовой поддержки». В частности, данные меры предполагают субсидирование промышленных предприятий (о чем свидетельствуют изменения от 10 февраля 2018 года). Как показывает практика, подобные меры могут помочь предприятию «остаться на плаву», но никак не способствуют производству конкурентоспособной продукции.

По мнению китайского экономиста Джастина Йифу Лина, одной из причин неконкурентоспособности продукции может быть вмешательство государства в ассортиментную, техно-

логическую и отраслевую политику предприятия. Без вмешательства государства, работающее на конкурентном рынке предприятие выберет технологию, соответствующую структуре обеспеченности факторами производства, что позволит его продукции стать конкурентоспособной. В случае вмешательства государства, для выживания на рынке, производитель должен находиться под протекционистской защитой или получать субсидии, что делает такое предприятие нежизнеспособным [3].

Таким образом, говоря о роли государства в обеспечении конкурентоспособности продукции, мы не подразумеваем вмешательство в производственные и экономические процессы предприятия. Государство должно создавать благоприятные условия для развития конкурентоспособного производства внутри страны. Государственная финансовая поддержка предприятий в условиях открытого рынка может стимулировать внутренний спрос на данную продукцию, но никак не стимулирует ее конкурентоспособность. Предоставляя субсидии или льготные кредиты российским предприятиям на приобретение российской продукции, государство, тем самым, влияет на ассортиментную продукцию, повышает внутренний спрос, но при этом делает ее более неконкурентоспособной, а производственные предприятия – нежизнеспособными.

2. Другой пункт данной программы предполагает «увеличение объема выпуска промышленной продукции». В условиях рыночной экономики объемы производства промышленных предприятий регулируются рынком, в частности, спросом на данную продукцию. Если предприятие производит конкурентоспособную продукцию, увеличение спроса (и, как следствие, объема выпуска) достигается за счет выхода на новые рынки, внедрения маркетинговых инструментов, поиска новых технологий, направленных на повышение качественных и технических характеристик и снижение издержек производства с целью минимизации стоимости конечной продукции. Искусственное стимулирование спроса со стороны государства означает вмешательство в рыночные механизмы, что не приводит к созданию конкурентоспособной продукции. Обеспечение предприятия, производящего неконкурентоспособную продукцию, внутренним спросом, делает невозможным выход на внешний рынок, а ограниченность рынка приводит к невозможности дальнейшего технологического развития.

3. Недостаточно приемлем, на наш взгляд, пункт «развитие национальной системы стандартизации, обеспечение единства измерений в интересах повышения качества жизни населения и конкурентоспособности экономики». Если выпуск промышленной продукции будет основан на национальной системе стандартизации, российские экспортеры столкнутся с необходимостью доказывать соответствие данных

стандартов с общепринятыми мировыми или даже менять качественные или технические характеристики продукции, что повлечет дополнительные издержки и может повлиять на конечную стоимость экспортируемой продукции, тем самым делая менее конкурентоспособной.

На наш взгляд, наиболее эффективным методом стандартизации в интересах повышения качества жизни населения и конкурентоспособности экономики стало бы активное внедрение общепринятых высоких мировых стандартов и более тщательный контроль за качеством их исполнения. Дополнительный контроль качества способствует не только улучшению качества жизни населения, но и созданию благоприятного имиджа страны-производителя, что влечет повышение заинтересованности зарубежных потребителей к отечественной продукции.

2) Выполнение государством минимальных базовых функций – обеспечение общественной безопасности, правопорядка, прозрачности функционирования общественных и государственных институтов, создание благоприятной социально-экономической среды. Ненадлежащее выполнение государством базовых функций в значительной степени затрудняет приток инвестиций в отрасль и, тем самым, затрудняет ее развитие.

3) Сбор и распространение информации. Как правило, сбор информации – это трудоемкий и капиталоемкий процесс. Если каждое предприятие осуществляет сбор информации и не делится результатами, это приводит к многократным тратам за получение одних и тех же данных. Государство может взять на себя обязанность сбора и дальнейшего распространения информации, касающейся технологии, обеспеченности ресурсами, покупательской способности населения, и передавать ее в рамках промышленной политики.

4) Координация частных инвестиций. Развитие конкурентоспособного производства предполагает достаточный уровень развития инфраструктуры, системы финансирования и т.д. Поэтому государство должно уметь устремлять частные инвестиции по тем направлениям, которые будут косвенно влиять на развитие производства и, как следствие, повышение конкурентоспособности продукции [3].

Отдельного внимания заслуживают и частные инвестиции в форме личных накоплений. На сегодняшний день, в силу недоверия к национальной экономике и валюте, население не стремится к накоплению денежных средств в банках и их дальнейшему инвестированию. Задачей государства является создание условий, благоприятных для накопления сбережений населением, а также разработка механизмов использования личных накоплений для инвестиций в производство [4].

5) Решение проблем кадрового обеспечения. Решить проблему кадрового обеспече-

ния возможно только на уровне государства. Основной кадровой проблемой в России является дефицит квалифицированных рабочих, имеющих 7 разряд и выше, при этом порядка 90% таких кадров старше 50 лет. Причиной такой диспропорции является непрестижность рабочих и инженерных специальностей [1]. В результате, на кадровом рынке присутствует большое количество низкоквалифицированных рабочих, приехавших в Россию на заработки, но при этом ощущается острая нехватка квалифицированных рабочих и инженеров. Задачей государства по данному направлению является повышение престижа и уровня вознаграждения представителей рабочих специальностей и инженеров.

б) Стимулирование изобретательской деятельности. Государственная политика Российской Федерации не предусматривает эффективную поддержку интеллектуальной, инновационной и изобретательской деятельности. Кроме того, отечественные предприятия также не стремятся вкладывать деньги в развитие техники и технологии. Подобная деятельность стимулируется лишь в ограниченных сферах – военно-промышленный комплекс и т.д. В результате, в стране произошло снижение изобретательской активности, что привело к техническому и технологическому отставанию отечественной продукции и, как следствие, ее неконкурентоспособности на рынке.

Задачей государства в этом направлении должно стать продвижение продукции, основанной на российских разработках, поднятие имиджа научных сотрудников, сохранение и развитие научного потенциала, а также контроль качества образования на всех уровнях.

Создание бизнес площадок для обмена опытом, контактами, налаживания деловых связей. Такая практика достаточно популярна в азиатских странах, но недостаточно развита в России. Создание таких площадок способствует обмену информацией как внутри отрасли, так и за ее пределами, что в конечном итоге сказывается на повышении конкурентоспособности продукции.

Кроме того, как показала мировая практика наиболее успешных экономических систем, одной из самых эффективных форм обеспечения конкурентоспособности в условиях ключевой роли информации в экономических процессах является кластерный механизм.

Кластерный подход является альтернативным подходом к обеспечению конкуренции и конкурентоспособности. В традиционной конкурентной среде победа одного игрока означает проигрыш другого, а конкурентная борьба рассматривается как игра с нулевой суммой. Кластерная модель предполагает возможность получения выгоды каждым из участников, тем самым делая конкуренцию беспроигрышной, так

как направлена на усиление кооперации между конкурирующими участниками кластера посредством объединения усилий для решения общих вопросов при сохранении конкурентных позиций.

На наш взгляд, кластерная кооперация предприятий специального транспортного машиностроения в наибольшей степени эффективна. Объединяясь в единый кластер, конкурирующие предприятия могут лоббировать специальные условия транспортировки и поставки материалов и продукции, кредитные условия, продвигать создание учебных заведений (или учебных направлений в существующих учебных заведениях) с целью обеспечения производства высококвалифицированными специалистами. В результате, каждая из конкурирующих компаний сможет получить дополнительные преференции, сохранив свои конкурентные позиции.

На сегодняшний день в России проводится активная деятельность по формированию кластеров, в том числе в области транспортного машиностроения. По данным Российской кластерной обсерватории, созданной в 2012 году в структуре Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», на 2018 год общее число машиностроительных кластеров в России достигло 8.

Особенностью российских машиностроительных кластеров является малочисленный состав участников – в среднем от 10 до 35. С одной стороны, это объясняется относительно коротким периодом их существования (активное формирование кластеров началось в 2012 году), а с другой – формированием кластеров на базе существующих промышленных предприятий. Кроме того, несмотря на активное развитие политики кластеризации в России, все машиностроительные кластеры остаются на начальном уровне развития.

Исследования демонстрируют, что проводимая политика экономического развития посредством создания кластеров в сфере машиностроения неэффективна. Несмотря на прилагаемые усилия, продукция отечественных предприятий специального транспортного машиностроения по-прежнему остается неконкурентоспособной. И хотя некоторые проекты развития кластеров уже достигли стадии практической реализации, эффективность их деятельности остается на самом низком уровне.

На наш взгляд, основной причиной недостаточного развития кластеров в области производства продукции специального транспортного машиностроения является неверный подход к формированию кластеров. В рамках проводимой политики кластеры рассматриваются как набор отраслей, определяющих специализацию региона, либо как территория скопления высокотехнологичных фирм. В результате, машинострои-

тельные кластеры формируются в форме региональных кластеров. В сфере специального транспортного машиностроения наиболее приемлемым способом кластеризации является формирование межрегиональных отраслевых кластеров.

Отраслевой кластер представляет собой неформальное сообщество отраслевых и смежных компаний на основе кооперационных и конкурентных связей, отличающихся способностью взаимного усиления конкурентных преимуществ за счет синергетического эффекта [6]. Таким образом, отраслевой кластер необязательно должен носить формальный характер, но должен стать единым полем, в рамках которого создается конкурентоспособная продукция.

В качестве участников межрегионального отраслевого кластера мы рассматриваем два и более предприятий, выпускающих схожую про-

дукцию специального транспортного машиностроения.

Продукция предприятий специального транспортного машиностроения нуждается в постпродажном сервисном и гарантийном обслуживании. Так как техника применяется повсеместно во всех регионах, зачастую для завода-производителя оказание постпродажного обслуживания представляется невозможным. Решением данной проблемы может стать создание единого Центра технического обслуживания, который станет ядром создаваемого кластера. Схематично, предложенная модель кластера представлена на Рис.1.

В результате формирования такого кластера, конкурирующие предприятия могут объединить усилия для решения проблемы оказания технического обслуживания, тем самым улучшить свои индивидуальные показатели и вытеснить с рынка остальных конкурентов.



Рис. 1. Модель отраслевого регионального кластера в области специального транспортного машиностроения.

Создание Единого центра сервисного обслуживания может принести значительную выгоду для участников кластера по следующим направлениям:

- 1) Отслеживание тенденций технического обслуживания;
- 2) Формирование и установка единых высоких стандартов технического обслуживания;
- 3) Формирование нормативов и регламента технического обслуживания для конкретных видов техники;
- 4) Консолидированное лоббирование экономических интересов в сфере технического обслуживания (например, получение специальных транспортных тарифов на доставку техники к месту ремонта);
- 5) Создание каналов обмена информацией и, как следствие, снижение информационных издержек;
- 6) Создание единой информационной базы в сфере технического обслуживания;
- 7) Возможность получения дополнительных преференций при заключении договоров с поставщиками ГСМ;
- 8) Согласование требований к поставщикам и дилерам;

9) Снижение затрат на внедрение новых технологий за счет эффекта масштаба;

10) Создание стандартов и обеспечение подготовки профессиональных кадров;

11) Возможность оказания технического обслуживания в разных регионах по месту эксплуатации техники.

В предложенной модели кластера предприятий специального транспортного машиностроения в качестве ядра выступает Центр сервисного обслуживания, вокруг которого происходит объединение конкурирующих предприятий. В качестве такого ядра, Единый центр сервисного обслуживания объединяет вокруг себя коммерческие услуги, инновационные разработки, поставщиков, исследовательские организации, центры подготовки кадров и т.д. В результате, объединение предприятий становится полноценным межрегиональным отраслевым кластером.

Предполагается, что Единый центр сервисного обслуживания должен быть отдельным юридическим лицом в форме общества с ограниченной ответственностью, в качестве учредителей которого выступают предприятия-члены кластера. Управление кластером должно осуще-

ствляться Департаментом координации, которому подчиняются центры сервисного обслуживания, находящиеся в разных городах и регионах (рисунок 2). В качестве центров сервисного обслуживания могут выступать и технические подразделения при заводах-изготовителях, специа-

лизирующиеся на сервисном и техническом обслуживании. При этом, такого рода центры сервисного обслуживания в структурной иерархии должны подчиняться Департаменту координации Единого центра сервисного обслуживания.



Рис. 2. Структура Единого центра сервисного обслуживания.

К основным функциям Департамента координации относятся следующие:

- 1) взаимодействие между сервисными центрами и заводами-изготовителями (продавцами) техники;
- 2) Обеспечение занятости региональных Центров сервисного обслуживания;
- 3) Стандартизация услуг, контроль за выполнением стандартов;
- 4) Формирование ценовой политики;
- 5) Отбор поставщиков горюче-смазочных материалов, запасных частей и т.д.
- 6) Техническое обеспечение региональных сервисных центров;
- 7) Формирование финансовой политики кластера;
- 8) Обеспечение кадровой подготовки;
- 9) Внедрение инноваций;
- 10) Обеспечение этической составляющей функционирования кластера (распределение клиентов по территориальному признаку, разработка этических норм для предприятий, входящих в кластер);
- 11) Формирование и обеспечение политики продвижения услуг;
- 12) Администрирование кластера (в том числе системное администрирование).
- 13) Контроль качества выполнения сервисных услуг.

Создание межрегиональных отраслевых кластеров в сфере специального транспортного машиностроения за счет формирования вокруг Единого центра сервисного обслуживания способствует снижению текущих издержек, созданию и развитию инновационных мощностей, повышению инвестиционного спроса, что в конечном итоге приводит к повышению конкурентоспособности продукции предприятий специаль-

ного транспортного машиностроения. При этом, в отличие от традиционных кластеров, такая форма не ограничена пределами одного региона, что позволяет охватывать производителей, находящихся в разных географических точках, а также обеспечивать послепродажное обслуживание техники вне зависимости от ее местонахождения.

Таким образом, государство играет немаловажную роль в обеспечении конкурентоспособности продукции российских предприятий транспортного машиностроения на макроуровне. При этом, вмешательство государства непосредственно в процесс производства, формирование ассортиментной, технологической и отраслевой стратегии может оказаться пагубным и в конечном итоге сделать продукцию неконкурентоспособной.

Библиографический список:

1. Иванченко Л.А. Проблемы обеспечения экономики квалифицированными кадрами [Текст] / Л.А. Иванченко // Экономика региона. – 2007. – №4. – С.128 – 139.
2. Исаев А.А. Продажи и эмоции /А.А. Исаев. – М.-Берлин: Директ-Медта, 2017. - 83 с.
3. Лин Д.Й. Демистификация китайской экономики [Текст] / Д.Й. Линь. – М.: Мысль, 2013 – 384 с.
4. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг [Текст] / И.М. Лифиц. – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. - 460 с.
5. Сокурено В.А. Формирование системы управления факторами потребительской привлекательности продукции на предприятиях специального и транспортного машиностроения [Текст] / В.А. Сокурено // Практический маркетинг. – 2018. - №6. – С.19 – 25
6. Яркина Т.В. Основы экономики предприятия: Краткий курс [Текст] / Т.В. Яркина. - М.: Российский гуманитарный интернет-университет, 2005. – 286 с.