

РОССИЙСКАЯ АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА

Во многих странах автомобилестроение является стратегическим сектором экономики, представляющим значительную часть национальной промышленности.

В России доля автомобильной промышленности в ВВП невелика – всего 2 % по сравнению с 10 % в развитых странах. В мировом производстве автомобилей РФ также занимает скромное место, ее доля в мировом производстве автомобилей достигает всего 2,6 %. Весь объем производства легковых автомобилей в РФ – лишь 15 % выпуска одного лидера мирового автомобилестроения – компании “General Motors”. Вместе с тем важно, что спад в этой отрасли намного меньше, чем в большинстве других секторов российской экономики.

Функционирование автомобильной промышленности – индикатор способности страны обеспечивать экономический рост и развивать конкурентоспособную рыночную экономику. В России эта отрасль страдает от низкой конкурентоспособности, что является следствием долгой закрытости сектора от импорта.

Рассматривая конкурентоспособность нашей автомобильной промышленности, воспользуемся концепцией М. Портера, предназначенной для анализа детерминантов конкурентного преимущества страны. Концепция включает следующие главные элементы: условия спроса, параметры факторов производства, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия фирм и их соперничество.

1. Условия спроса. Необходим емкий национальный рынок, российский можно считать таковым. В 1998 г. у нас продано 1640000 автомобилей, в 1999 г. – 1700000. Наш рынок обладает потенциалом для роста. На каждую тысячу жителей России приходится 110 автомобилей, в то время как в Польше – 180 машин на тысячу жителей. Но низкая требовательность наших покупателей к качеству отрицательно влияет на конкурентоспособность, т. к. нет стимулов для усовершенствования.

2. Параметры факторов производства. Наиболее важными факторами производства являются ресурсы (сталь, алюминий, рабочая сила, денежные средства, методы производства). Россия богата и природными ресурсами, и квалифицированной рабочей силой, но это не гарантирует успех. Необходимо их правильно соединить. Необходимы эффективные методы управления. В 70-х годах японские фирмы, а затем и другие компании, заменили традиционный массовый тип производства (большая часть комплектующих изделий производится на одном предприятии) на гибкое производство (большая часть комплектующих производится крупными независимыми поставщиками, количество которых невелико). Гибкое производство предусматривает ликвидацию оказавшихся излишними производственных операций, повышение качества, снижение издержек. У нас до сих пор используется массовый тип, т. к. гибкое производство пока неприменимо.

3. Родственные и поддерживающие отрасли. В нашей автомобильной промышленности преобладают крупные предприятия, где 85 % комплектующих производится внутри компаний. Наши поддерживающие отрасли нельзя назвать конкурентоспособными на мировом рынке. Кроме того, необходимо наличие развитой банковской системы, надежных банков, предоставляющих потребителям со стабильным заработком кредиты для приобретения современных машин.

4. Стратегия фирм и их соперничество. Лидирующее положение по объему производства занимает крупнейший в России производитель легковых автомобилей малого класса АО “АвтоВАЗ”, на долю которого приходится 50 % всей произведенной продукции. Второе ме-

сто держит производитель легковых автомобилей среднего класса, малотоннажных грузовиков и автобусов АО «ГАЗ» – 18 %. Во времена советской экономики у заводов не было стимулов для производства разнообразных моделей, рынок был поделен заводами, действующими как единственные поставщики. В России не созданы условия для реальной конкуренции. Учитывая высокие ввозные таможенные пошлины и низкий курс рубля, конкуренция с иномарками не является проблемой. Финансовый кризис помог российским предприятиям сохранить большую часть внутреннего рынка, показав тем, что экспорт не играет для них важного значения.

Приток прямых иностранных инвестиций в нашу автомобильную промышленность очень невысок. Но инвесторов привлекает крупный потенциал рынка, высокие тарифы, препятствующие импорту, развитая торговая и обслуживающая сеть, дешевая и квалифицированная рабочая сила. Серьезным препятствием на пути сотрудничества являются отсутствие «прозрачности» финансовой системы, невозможность точно оценить затраты, невозможность гибкого производства. Проекты иностранных компаний можно разделить на три группы:

1. Пилотные проекты – сборочные производства дорогостоящих автомобилей, их выпуск рассчитан на богатых россиян.

2. Проекты производства автомобилей для среднего класса. Один из мотивов реализации проектов – желание снизить издержки, избежав таможенных пошлин и использовав дешевые российские ресурсы. В качестве примеров можно назвать сотрудничество «Дэу» и ФПГ «Донинвест», «Москвич» и «Рено», активная деятельность «Форд» в г. Всеволожке (в проект вложено 150 млн. долл.).

3. Проекты в смежных и вспомогательных отраслях. Зарубежные компании стремятся реализовать существующие возможности на рынке автомобильных запчастей. Например, шведская компания «Автолив» планирует поставлять каркасы для сидений, ремни безопасности и пластиковые части для автомобилей «Москвич». Компания планирует разместить свое производство рядом с заводом «Москвич».

Многие проекты откладываются из-за финансовых трудностей. Наиболее беспроблемными являются пилотные проекты. Их финансирование не прекращается.

Вывод. Решающим фактором для создания в России конкурентоспособного автомобилестроения является стремление производителей поднять уровень качества, стремление к инновациям. Пример такого стремления – выпуск «ГАЗом» автомобилей «Газель». Производство этой модели соответствовало потребностям рынка и обеспечило значительный коммерческий успех. Без стремления к эффективности самих производителей никакие иностранные инвестиции не изменят состояние российской автомобильной промышленности.