# потерянный быт...

## проблемы предпринимательства и развитие рынка бытовой техники

*Выполнение плановых заданий по освоению производства и выпуску товаров длительного пользования позволило еще в 60-70-е годы создать в СССР крупные рынки бытовой техники (стиральных машин, холодильников, электроприборов, радиоприемных устройств, телевизоров и другой техники). Эти товары были доступны по цене всем слоям населения, что обусловило осуществление, как и в других развитых странах, преобразований в домашнем хозяйстве, связанных с насыщением личного потребления современной техникой, в основном, отечественного производства, формированием нового образ жизни, социальным развитием.*

**Тания Г.И.**
*аспирант Института экономики РАН*

Проблема обеспечения населения бытовой техникой в советское время состояла в недостаточном внимании производителей к обновлению модельного ряда техники и расширению ассортимента, использованию инноваций. Большие надежды при переходе к рынку возлагались на развитие предпринимательства. Однако в гражданской электронике и бытовом машиностроении макроэкономические и институциональные условия оказались неблагоприятными для отечественных производителей.

В условиях открытой конкуренции на российский рынок пришли и прочно обосновались зарубежные компании. Многие отечественные предприятия не выдержали конкуренции с поддерживаемыми своими правительствами зарубежными конкурентами и свернули выпуск бытовой техники.

Так, по сравнению с 1990 г. (пик развития отечественного бытового машиностроения) объем выпуска бытовой техники, по Российской Федерации, в 2005 г. составил (в %): швейных машин –31; электропылесосов – 20; электрочайников – 19, радиоприемных

устройств – 5. Объем производства крупногабаритной технике составил, соответственно (в %): стиральных машин – 29; холодильников и морозильников – 73; телевизоров – 133 [1]. Очевидно, что малогабаритная бытовая техника поступает на рынок сейчас практически вся по импорту. По крупногабаритной ситуация несколько лучше, но здесь имеется другая проблема, которая заключается в том, что основную часть прироста производства составляет сборка зарубежной техники, то есть часть отечественных предприятий попала в технологическую и экономическую зависимость от зарубежных фирм.

Благодаря экспансии импорта сегодня в России создан богатый по ассортименту рынок импортных товаров длительного пользования, включающий товары, относящиеся к бытовой технике. По оценкам маркетинговой компании DISCOVERY Research, опубликованным в Интернете, объем российского рынка бытовой техники в 2005 г. оценивался в $10,5-11,5 млрд (по полному перечню товаров). По оценкам специалистов указанной компании из названной суммы $7-8 млрд приходилось на импорт с учетом теневого оборота.

Здесь возникает ряд принципиальных вопросов. Почему иностранные фирмы находят средства и ресурсы для строительства сборочных и логистических комплексов, для рекламы, а российские товаропроизводители лишены такой возможности? Каковы будут последствия передачи российского рынка в руки зарубежных конкурентов? Каким путем решали проблему конкурентоспособности зарубежные фирмы? Поищем ответы, начиная с последнего вопроса.

До определенного времени на мировом рынке бытовой техники господствовала тенденция по перемещению производства из развитых европейских стран в страны развивающиеся. После того, как

***в гражданской электронике и бытовом машиностроении макроэкономические и институциональные условия оказались неблагоприятными для отечественных производителей***

развивающиеся страны освоили переданные им мировыми лидерами технологии производства, они начали проводить политику проникновения на рынки других стран путем перемещения туда нового производства. Сложилась обратная тенденция, когда разбогатевшие компании из развивающихся стран обосновываются на Западе. По некоторым оценкам, в 2005 г. развивающиеся страны потратили на покупку европейских компаний $42 млрд, а американских - $14 млрд. В сумме это в 2,5 раза больше, чем в 2004 г.

Такое поведение связано с тем, что многие азиатские технологические компании, занимаясь производством бытовой техники по заказу западных компаний, накопили капитал, ноу-хау, сформировали производственную культуру. И теперь с уверенностью начали скупать дорогие западные брэнды. По мнению специалистов, в сочетании с низкозатратной производственной и сборочной базой это позволит им потеснить лидеров рынка.

В целом, экспортные возможности развивающихся стран в последние годы значительно увеличились. Их доля в мировом торговом обороте, по данным ВТО, достигла в 2004 г. 31%.

Рассмотрим опыт развертывания производства иностранными компаниями у нас в стране. Зарубежные фирмы могут заключать соглашения с правительствами субъектов Российской Федерации о выделении площадок для строительства сборочных предприятий. Лидером здесь выступает Московская область, где построены крупные мощности по производству бытовой электроники фирмой LG.

***часть отечественных предприятий попала в технологическую и экономическую зависимость - основную часть прироста производства составляет сборка зарубежной техники***

По другой схеме строились отношения, например, в Липецке. В конце 2005 г. вышло постановление Правительства РФ о создании шести особых экономических зон (ОЭЗ), отобранных по итогам федерального

конкурса. Технико-внедренческие зоны создаются в подмосковных Дубне и Зеленограде, Санкт-Петербурге и Томске. Промышленно-производственные – в Елабуге (Татарстан) и Липецке.

Для развития инфраструктуры шести ОЭЗ из федерального бюджета в 2006 году выделено 8 млрд. руб. Строительство инфраструктуры ОЭЗ, как предполагают чиновники, должно завершиться до конца 2007 года.

***многие азиатские технологические компании начали скупать дорогие западные брэнды что позволит им потеснить лидеров рынка***

На территории Липецкой области будет производиться бытовая техника и ее комплектующие. Инфраструктура данной ОЭЗ оценивается в 1,8 млрд руб., в том числе 760 млн руб. или 42% составит финансирование из федерального бюджета. Общий ожидаемый объем инвестиций в Липецке составит около 25 млрд руб., в том числе 8,7 млрд руб. будет проинвестировано до 2008 года.

Результатом таких вложения, по прогнозам специалистов, должны стать около 5,8 тыс. новых рабочих мест уже к 2010 году. В то же время предполагается, что к 2008 году объем производства продукции в промышленной зоне достигнет 13,5 млрд руб., а еще через пять лет - 39 млрд руб. в год.

Основными иностранными компаниями, которые будут располагаться на территории Липецкой области, станут Indesit, Electrolux, Siemens. Центром особой экономической зоны в Липецке будет склад – терминал бытовой техники Indesit.

Теперь вернемся к вопросу о средствах. Нужно ли лишать отечественное машиностроение исследовательских центров и значительных инвестиций в разработку новых моделей бытовой техники с тем, чтобы перейти к импорту и сборке зарубежных изделий?

В течение последних 10-15 лет отечественное машиностроение находилось в неравных условиях с зарубежными конкурентами в лице мощных фирм, располагающих средствами

для выполнения НИОКР, работающих в условиях развитой инновационной инфраструктуры. Полагаем, что радикальным решением вопроса является возвращение господствующих позиций на рынке в руки отечественных товаропроизводителей.

Какой выигрыш может получить экономика при развитии отечественного бытового машиностроения? По некоторым оценкам в 2005 г. было реализовано бытовой техники более чем на 280 млрд. руб. при ввозе ее из-за рубежа примерно на 180 млрд. рублей. Из этого следует, что около 180 млрд. руб. стоимости импортной бытовой техники, реализуемой за год, в конечном итоге могли бы использоваться на заработную плату и прибыль отечественных товаропроизводителей и торговли.

Отдавая зарубежным компаниям выручку за импорт бытовой техники, мы фактически лишаем высокооплачиваемого (по российским меркам) заработка около 400 тыс. или неплохого, для большинства регионов, заработка - порядка 800 тыс. человек.

***Литература***

1. Российский статистический ежегодник. 2005: Росстат М.2006.
2. Бытовая холодильная техника: состояние и проблемы //Холодильная техника. 2005. №8.

*pn*

***G.I. Taniya,***
postgraduate student, Economics Institute of Russian Academy of Sciences

**P**roblems of private enterprise and the growth of home appliances market

*The article examines problems involved in promoting private enterprise and innovations for national manufacturers active in the market of cutting-edge high-tech home appliances. It advocates the promotion of good practices adopted by China and other developing countries when developing this promising market.*