

Трифонова Е.Ю.

доцент кафедры экономики народного хозяйства,
докторант кафедры организации и планирования промышленных
предприятий экономического факультета,
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского
trifonova.elen@gmail.com

будем развивать отечественный автопром!

стратегия развития внешнеэкономической
деятельности отечественных предприятий
автомобилестроения

_____ Аннотация

В современных условиях важнейшей стратегической задачей отечественного автомобилестроения является повышение конкурентоспособности на мировом рынке. Реализовать поставленную цель можно посредством рациональных структурных преобразований в отрасли. В статье сформулированы содержательные аспекты стратегии развития внешнеэкономической деятельности отечественных автомобилестроительных компаний.

Уровень развития автомобилестроения как высокотехнологичной отрасли, обладающей значительной величиной добавленной стоимости в выпускаемой продукции, во многом определяет уровень развития промышленности страны.

В 2007 году доля продукции автомобилестроения, производимой в Российской Федерации, в общем объеме продукции машиностроения составила 23%, а в ВВП страны – около 2% (1, 2). В этой связи решение многочисленных проблем отрасли выступают стратегически ми задачами. Важнейшей является

эффективная интеграция в мировое автомобилестроение, что должно стать результатом успешной реализации верно выбранной стратегии развития внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий.

Импорт и экспорт

Мировой автомобильный рынок испытал на себе сильнейшее негативное влияние глобального финансового кризиса, разразившегося в 2008 году. Некоторые ведущие мировые производители автомобильной техники оказались на грани банкротства. В сложившихся

экономических условиях проблемы обеспечения конкурентоспособности отечественной автомобилестроительной продукции, в том числе на зарубежных рынках, которая и до наступления кризиса продолжала многие годы оставаться весьма низкой по сравнению с мировыми стандартами, приобретает еще большую актуальность. Россия выступает на мировом автомобильном рынке главным образом как импортер, а не как экспортер автомобилей. Это обусловлено рядом причин, важнейшей из которых является несоответствие отечественной автомобиль-

ной техники мировому уровню по ряду экологических, технико-экономических и других параметров. Это, а также насыщенность данного рынка, чрезвычайно высокий уровень конкуренции между его участниками и процессы глобализации, привели к вытеснению российских производителей из многих его секторов. В первую очередь, это касается сектора легковых автомобилей.

В табл. 1 и табл. 2 на с. 104 представлены данные по экспорту из Российской Федерации и импорту в страну важнейших видов продукции автомобилестроения.

Таблица 1

**Динамика экспорта из Российской Федерации
важнейших видов продукции автомобилестроения (3)**

	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Автомобили легковые – всего, тыс. шт., в том числе:	210	116	120	119	131	131	126	131
в страны дальнего зарубежья	193	67,8	75,7	67,4	64,1	36,4	27,0	14,1
в страны СНГ	17,4	50,1	44,5	51,1	67,4	95,0	99,4	117
Автомобили грузовые – всего, тыс. шт., в том числе:	22,9	12,9	35,9	37,2	41,4	49,2	51,6	55,0
в страны дальнего зарубежья	11,2	5,4	10,1	3,9	8,1	9,2	4,5	5,0
в страны СНГ	11,7	7,5	25,8	33,3	33,3	40,0	47,1	50,0

Таблица 2

**Динамика импорта в Российскую Федерацию
важнейших видов продукции автомобилестроения (3)**

	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Автомобили легковые – всего, тыс. шт., в том числе:	82,5	71,7	138	214	525	774	1052	1600
из стран дальнего зарубежья	41,6	57,5	127	195	489	719	951	1442
из стран СНГ	40,9	14,2	11,2	19,6	36,2	55,3	101	158
Автомобили грузовые – всего, тыс. шт., в том числе:	10,1	19,2	35,5	49,5	38,7	50,1	63,4	137
из стран дальнего зарубежья	4,3	7,7	25,2	39,6	29,5	40,5	53,1	125
из стран СНГ	5,8	11,5	10,3	9,9	9,2	9,6	10,3	11,6

Стратегическое взаимодействие с зарубежными партнерами

Учитывая текущие кризисные явления, можно поставить под вопрос не только более или менее реальный объем потенциального экспорта, но и реальный объем производства отечественных автомобилей для внутреннего рынка. В современных условиях российские производители не выдерживают конкуренции даже на собственном национальном рынке (в первую очередь, это касается сектора легковых автомобилей). Кроме того, стремительно расширяется присутствие иностранных компаний в развивающихся странах (в том числе тех, в которые экспортируется российская автомобильная продукция). Поэтому говорить на данном этапе о наращивании экспортных возможностей первых вряд ли представляется возможным.

активное взаимодействие
с ведущими
иностранными
конcernами является
необходимым условием
вывода отечественных
предприятий
из сложившейся
неблагоприятной
ситуации

В сложившейся ситуации необходимо делать акцент не на экспорте отечественных автомобилей, во всяком случае, в краткосрочной перспективе, а на поиске других путей интеграции в мировое автомобилестроение.

Практика показала, что преодоление трудностей развития российского автомобилестроения только силами отечественных предприятий и государства вряд ли возможно. В этой связи приход иностранных инвесторов в отрасль является весьма своевременным.

Многие формы стратегического взаимодействия отечественных автомобилестроительных предприятий с зарубежными корпорациями уже имеют место на практике. Это слияния и поглощения, создание совместных компаний, производство автомобилей по лицензии с использованием производственной площадки российского предприятия и др.

Активное взаимодействие с ведущими иностранными конcernами, по мнению автора, является необходимым условием вывода отечественных предприятий из сложившейся неблагоприятной ситуации, в которой они находятся. В этой связи стратегия развития внешнеэкономической деятельности отечественных автомобилестроительных предприятий должна быть построена, главным образом, на стратегическом взаимодействии с зарубежными партнерами.

Одновременно с этим необходимо стремиться к сохранению экспортных возможностей в отношении тех стран, где продукция российского автопрома все еще пользуется популярностью. В основном оте-

чественные автомобили сохраняют пока достаточную конкурентоспособность только на рынках стран СНГ и ряда развивающихся стран мира, в которых многие потребители предпочитают недорогие и простые в обслуживании машины.

Антикризисные меры

Подчеркнем, что все, о чем шла речь выше, имеет отношение, в первую очередь, к стратегической перспективе развития отечественных автомобилестроительных предприятий. В кризисном же периоде необходима ориентация, прежде всего, на использование внутренних резервов, среди которых можно выделить:

- оптимизацию производственных процессов и снижение издержек производства;
- меры управленческого и административного характера;
- снижение непроизводственных издержек;
- поиск путей понижения цен на выпускаемую продукцию;
- оптимизацию складских запасов;
- приостановку набора новых сотрудников и др.

Кроме того, в преодолении кризисных явлений особое значение приобретает государственная поддержка предприятий отрасли.

Совершенно очевидно, что современные технологии и ноу-хау просто так не достаются. Поэтому рассчитывать на то, что ведущие участники мирового автомобильного рынка, быстро расширяющие свое присутствие в России, все сделают за отечественные предприятия, не приходится. Нужно активное стремление со стороны отечественных производителей,

... в преодолении
кризисных явлений
особое значение
приобретает
государственная
поддержка предприятий
автомобилестроительной
отрасли

четкая позиция властей, законодательные и экономические условия, при которых приход зарубежных компаний будет с необходимостью означать привнесение технологий и развитие национального автомобилестроения в полном смысле этого слова.

Шансы на благоприятное развитие событий есть. Достаточно внимательно присмотреться к опыту Южной Кореи и Китая, которые еще 15 лет назад никем не воспринимались как автомобильные державы. История развития автомобилестроения этих стран может многому научить (4).

Итак, успешная интеграция отечественного автомобилестроения в мировую автомобильную промышленность должна осуществляться, главным образом, путем развития активного сотрудничества между отечественными и ведущими зарубежными предприятиями отрасли. В случае неблагоприятного сценария стране суждено остаться всего лишь сборочной площадкой для международных автомобильных концернов.

Ключевые слова:
отечественное
автомобилестроение;
стратегия развития;
внешнеэкономическая
деятельность;
иностранные инвестиции;
финансовый кризис

Keywords:
domestic automobile production;
development strategy;
foreign economic activity;
foreign investment;
financial crisis

Литература

1. О развитии отечественной автомобильной техники / Доклад заместителя Министра промышленности и энергетики Российской Федерации А. Дементьева на заседании Правительственной комиссии

по вопросам развития промышленности, технологий и транспорта, 25 апреля 2008 г. (Электрон. ресурс). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru/appearance/report/73/print>. – Загл. с экрана.

2. Рынок легковых автомобилей России и мира: конвергенция пространства / Отчет, подготовленный компанией «РосБизнесКонсалтинг» в рамках проекта «РБК. Исследования рынков». – Москва, 2008.

3. Россия в цифрах. 2008: крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2008. – 510 с.

4. Квасов Д. Автопром for sale // Эксперт Online. (Электрон. ресурс). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.expert.ru/articles/2008/08/06/avtoprom/>. – Загл. с экрана.

pp

Trifonova E. Yu.

associate professor of Economics, doctoral student at Department of planning and economic department of industrial enterprises, Nizhny Novgorod State University n.a. N.I. Lobachevsky

We will be developing the domestic automotive industry!

strategy of development of foreign-economic activity of domestic automotive enterprises

Annotation

In modern conditions the most important strategic objective of the domestic automotive industry is to increase competitiveness in the global market. To realize that goal is possible through the rational structural changes in the industry. The article describes aspects of development strategy of foreign-economic activity of domestic automotive companies.