

Государственное регулирование рынка автомобилей: выводы и следствия

(СПбГУЭФ, Санкт-Петербург)

Как известно, с начала кризиса многие мировые автоконцерны оказались в очень сложной ситуации. И многое зависело и зависит от того, как поведет себя государство, будет или нет оно поддерживать свой автопром. В России была замечена «лучшая» в мире поддержка и худшие в мире продажи. Ни одно правительство в мире не сделало ни для одного автопроизводителя столько, сколько правительство РФ для АвтоВАЗа, – коллеги АвтоВАЗа выкарабкиваются из кризиса как могут. АвтоВАЗ же единственный до сих пор ждёт дополнительных преференций.

Перечислять все меры государственной помощи АвтоВАЗу затруднительно: субсидии, протекционистские меры против иномарок (в том числе повышение квот и субсидирование перевозки автомобилей на Дальний Восток), льготное автокредитование, программа автоутилизации... Автомобилистов обременили увеличенным транспортным налогом, тройным увеличением пошлины за регистрацию автомобиля, а вскоре добавят ещё и платные дороги. Выкачиваемые таким образом из автовладельцев средства идут, в частности, на поддержку АвтоВАЗа. При этом он продолжал поднимать цены и просить скидок на комплектующие. А обнаружив, что его мероприятия не повлияли на рост спроса на продукцию АвтоВАЗа, правительство решило выделить ещё \$30 млрд на автомобильные госзакупки. Упоминание АвтоВАЗа в этой связи можно было бы считать беспочвенным, поскольку сумма выделяется для всех отечественных производителей. Но при этом КамАЗ в январе увеличил продажи на 60-70% без усиленной поддержки государства. В Америке GM и Крайслер наращивают продажи, несмотря на банкротство.

Мировой финансовый кризис мигом вскрыл все недостатки отечественного автопрома. Ведь рынок автопрома – ничем не отличается от других отраслевых мировых систем. На данном рынке наблюдается монополистическая конкуренция. Мировой автомобильный авторынок перенасыщен конкурентами, причем конкуренты у нашего АвтоВАЗа первоклассные. Это сильнейшие немецкие автоконцерны, и американский автогигант GM, и самый популярный азиатский концерн Toyota. Конкурировать с ними очень сложно, и в условиях мирового кризиса стало ещё сложнее, т.к. все недостатки сразу стали видны всем. Продажи ВАЗа с началом кризиса резко упали, что довела концерн практически до банкротства. В России и раньше русскому автопрому доверяли немногие, и покупали наши автомобили либо патриоты, либо люди, ограниченные в своих возможностях, с началом кризиса таких людей стало совсем мало.

Меры, предпринимаемые государством, можно разделить на две группы:

- **протекционистские**, такие как импортные тарифы, ограничения на участие в собственности;
- **поддерживающие**, в том числе стимулирование партнерства с иностранными компаниями, обеспечение дешевого финансирования.

Все страны, как правило, применяют одни и те же протекционистские меры: импортные тарифы, квоты или полный запрет импорта. Что касается поддерживающих мер, то они различаются степенью интенсивности и временем действия, что приводит к разным результатам. Рассмотрим вкратце ситуацию в трех странах:

1. Корея выбрала путь сильного протекционизма (рынок долгое время был полностью закрыт). Кроме того, она применяла поддерживающие меры, поощряла свои компании к тому, чтобы они повышали собственную конкурентоспособность. Корея ограничила количество производителей и целенаправленно поддерживала только нескольких, помогая им получить экономию на масштабах в условиях относительно небольшого рынка. Государство с самого начала стимулировало экспорт: экспортеры получали субсидии благодаря завышенным ценам на внутреннем, закрытом для иностранных компаний, рынке. Корея. Отрасль автокомпонентов была защищена импортными тарифами, но, поскольку поставщиков не закрепляли за крупнейшими автопроизводителями, стране удалось создать внутреннюю конкуренцию и подтолкнуть последовательный рост эффективности.

2. Китай также закрыл свой рынок, однако здесь государство иначе поддерживало автопроизводителей и меньше стимулировало их конкурентоспособность. В Китае основную роль в регулировании рынка играли не центральные, а региональные власти, поэтому поддержку получали очень многие компании, что не позволило добиться экономии на масштабах. Кроме того, поддержка оказывалась государственным компаниям; частные, даже более эффективные, претендовать на нее не могли. Считалось, что для заимствования технологий достаточно создать совместные предприятия с иностранными компаниями, однако этот подход не оправдал себя. Кроме того, эффективность и автопроизводителей, и поставщиков комплектующих растет пока весьма скромными темпами. При существующей системе закрепления поставщиков за крупными СП у производителей комплектующих нет стимула повышать производительность. Если китайские поставщики комплектующих (речь не идет о куда более производительных частных компаниях) обладают какими-либо конкурентными преимуществами, то это лишь дешевая рабочая сила.

3. Индия долго была закрыта для импорта. Многие годы на ее рынке господствовало совместное предприятие Maruti–Suzuki. На стадии либерализации правительство особенно не вмешивалось в отрасль и не оказывало ей финансовой поддержки. В результате ее развитие стало делом самих автопроизводителей. После отмены в 1993 г. лицензирования производства легковых автомобилей на этом рынке появились не только транснациональные

компании, но и производитель коммерческого транспорта Tata Motors, которая с тех пор стабильно наращивает свое производство. Таким образом, успех индийского автопрома в первую очередь обусловлен действиями самих компаний. Например, новые модели Tata Motors разрабатывала вместе с итальянскими партнерами – конструкторскими бюро I.DE.A Institute и Stile Bertone. Эффективность Tata Motors повысилась также в результате ее целенаправленных усилий – многолетней перестройки работы и обучения персонала. Стремясь создать современный автомобиль, Tata Motors выстроила высококлассную сеть поставщиков. К факторам поддержки местных игроков со стороны государства можно отнести лишь сохранение импортных тарифов на уровне 60%, что сдерживало иностранную конкуренцию.

Какой главный урок мы можем извлечь из этих примеров? Государство, конечно, играло важную роль на начальных стадиях развития: оно защищало отрасль, помогало ей приобрести необходимые технологии и навыки, получить экономию на масштабах. Но одно лишь госрегулирование не гарантирует компаниям успеха, им самим пришлось приложить немалые усилия, чтобы стать конкурентоспособными.

Один из самых важных факторов успеха – *развитая база местных поставщиков комплектующих*. Во всех рассмотренных нами странах сильные местные поставщики, скажем корейская Halla, индийская Bharat Forge и многие частные китайские компании, появились благодаря усилиям предпринимателей, правда, при некоторой государственной поддержке. В Китае правительственные меры по защите рынка не привели к появлению эффективных производителей комплектующих. Эта задача оказалась по плечу лишь частным предпринимателям: несколько высокотехнологичных поставщиков – исключительно их заслуга. То же самое можно сказать про Индию, где государство гораздо меньше защищает автопром. Теперь услугами нового поколения индийских частных поставщиков пользуются даже китайские автопроизводители, закупая у них технологичные комплектующие. В Индии международные поставщики и СП также появились благодаря местным автопроизводителям, таким как Tata Motors.

Автопроизводители должны значительно *модернизировать технологии и дизайн своих моделей*. На первых порах многие местные компании налаживали партнерские отношения с конструкторскими бюро развитых стран и перенимали у них передовой опыт. При разработке новых моделей компании могут опираться на правительственную поддержку НИОКР (как в Корее) либо приобретать иностранные решения (как Tata Motors в Индии, Geely или Chery в Китае). Метод, выбранный Китаем – иностранных производителей заставляли создавать СП с местными госкомпаниями, – похоже, не привел к успеху: технологический уровень последних существенно не поднялся.

Не оправдала себя политика китайского правительства и в другом – в *повышении эффективности производителей*. Только новые частные компании, такие как Geely или Chery, которые не получают господдержки и субсидий, прикладывают много сил, чтобы конкурировать на внешних рынках. На примере Кореи видно, что регулирование положительно сказывается на рын-

ке, лишь если оно увязано с прозрачной системой стимулов. Что касается Индии, то там именно сами компании последовательно повышают эффективность, стремясь к своей цели – выйти на рынки других стран.

В России поддержка ВАЗа очевидна: гигантские суммы выплат на поддержание конкурентоспособности, на погашение долгов предприятия, однако этими самыми мерами государство сильно расслабляет свое же «детище». АвтоВАЗ как-будто полностью смирился с покровительством государства и полностью отключился от процесса, находясь в ожидании новых и новых средств.

Можно сделать некоторые выводы. АвтоВАЗ ждут сложные времена, при всем многообразии господдержки выжить ему будет довольно тяжело, ведь ВАЗ является участником рынка, а на этом рынке – монополистическая конкуренция, а это практически совершенная конкуренция, где очень много продавцов, и продавцов очень сильных и очень конкурентоспособных. На примере наших азиатских коллег мы убедились, что помощью одного государства «сыт не будешь», и сила нашего автопрома в будущем зависит от многих факторов. Шансы у ВАЗа есть, привлечь иностранных партнеров, выпустить новую линейку машин, снизить стоимость нынешнего выпуска авто. Будет это все воплощено в жизнь или нет, посмотрим, но с такой поддержкой и верой правительства, наверное, можно и попробовать. А там, возможно, уже будет идти речь не о выживании на рынке, а о конкуренции в продажах с немцами, американцами и японцами. В любом случае, правительство понимает, что если речь идет не о выживании, а о перспективе, то это дело не этого года, и даже не следующего.

Шишкин А.А.

ИТ в управлении крупной инновационной компанией

(СПбГУЭФ, Санкт-Петербург)

Перевод экономики на инновационный путь развития включает приоритизацию 5 стратегических направлений развития экономики России, утвержденных президентом Российской Федерации. Важнейшим является информационное развитие и развитие современных технологий.

Исходя из этих задач, необходимо на теоретическом и методологическом уровне соединить бизнес, как основной сегмент экономики, и информационные технологии в единую эффективную систему. В настоящей работе рассматриваются проблемы создания инновационной системы предприятия и ее информационное обеспечение.

За последние десятилетия информационные технологии оказали большое влияние на развитие бизнеса. Появление персональных компьютеров, локальных сетей, технологии клиент-сервер и Интернета позволило организациям быстрее выводить на рынок свои продукты и услуги. Данные разработки возвестили о переходе от промышленного века к веку информации.