

УДК 330:34

Д.А. Шляхов

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

Аннотация. В статье рассматривается опыт создания автомобильных кластеров, что может способствовать улучшению структуры экономики региона и обеспечить ее переход на инновационный путь развития. Эффективная стратегия развития может повысить инвестиционный интерес к отечественной автомобильной промышленности, а также увеличить процент локализации производства на наших автомобильных заводах.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, кластер, конкуренция, промышленность.

Dmitry Shlyakhov

INTERNATIONAL EXPERIENCES OF IMPLEMENTATION OF AUTOMOTIVE CLUSTERS

Annotation. The article describes the experience of creating the automotive cluster, which may contribute to the improvement of the structure of the regional economy and ensure its transition to an innovative path of development. Effective strategy development can increase the investment interest in the domestic automotive industry, and to increase the percentage of localization of production at our automobile factories.

Keywords: competitive advantage, cluster, competition, industry.

В современной глобальной экономике происходят кардинальные технологические изменения, благодаря которым в отраслях внедряются новейшие технологии. Эти технологии распространяются в рамках отраслевых кластеров и взаимопроникают в смежные кластеры.

В условиях предельной конкуренции кластер, который производит компьютеры, мобильные устройства, IT-технологии, может взаимодействовать с автомобильным и даже фармацевтическим кластером, обеспечивая технологии для повышения качества и эффективности производства продукции и услуг. Эти технологии предполагают также использование новых форм организации инновационных процессов. Не случайно во многих странах кластерный подход стал намного более активно использоваться при появлении и формировании внутреннего рынка спроса и предложения, внутренней экономики в целом.

Кластеры позволяют обеспечивать эффективную реализацию существующих инвестиционных возможностей и необходимых мер развития экономики в рамках применения модели тройной спирали, объединяющей усилия частного сектора, государственных органов, научных организаций. Во многих странах есть примеры, демонстрирующие положительное влияние кластеров на экономику. В некоторых странах Европы еще с 50–60-х гг. прошлого века сформировались и функционируют ключевые промышленные кластеры, например, в Германии (химическая и машиностроительная отрасли) и Франции (производство продуктов питания, косметики), способствуя мультипликативному эффекту в отношении повышения эффективности, увеличения рабочих мест и диффузии технологий в национальной экономике.

Автомобильные кластеры возникли почти одновременно с зарождающейся автомобильной промышленностью. В США хорошо известный пример – Детройтский автомобильный кластер. Детройт также известен своей автомобильной выставкой, которая способствует инновационному развитию автомобильного кластера США. По сей день, несмотря на сложившуюся сложную экономическую ситуацию, Детройт презентует все новинки и прототипы будущих разработок автомобилей разного класса и ценового сегмента. Город Детройт считается колыбелью мирового автомобилестроения. Именно здесь были открыты заводы «Большой Детройтской тройки» – крупнейших производителей автомобилей 20 века: Chrysler Group LLC, Ford Motor Company и General Motors. Основной

удар «Большая Детройтская тройка» получила во время последнего мирового финансового кризиса 2008–2009 гг. Chrysler и General Motors были признаны банкротами. Ford, который в середине 2000-х гг. находился в гораздо худшем состоянии, чем General Motors и Chrysler, в 2006 г. впервые нанял генерального директора со стороны – Алана Муллалли (Alan Mullaly). В декабре 2006 г. Ford удалось получить кредит 23,5 млрд долл. под залог почти всех активов компании. Благодаря этому она смогла выстоять в финансовый кризис и избежать банкротства, в отличие от своих конкурентов в Детройте. 23 июля 2009 г. президентом США Бараком Обамой был подписан указ об учреждении White House Council for Automotive Communities, который должен следить за восстановлением былой мощи американского автопрома, особенно уделяя внимание «Большой Детройтской Тройке», и выделять материальную помощь для развития главной индустрии Детройта [2; 3].

При анализе автомобильной отрасли в Европе становится заметна высокая концентрация автомобильных и смежных производств, что создает предпосылки для формирования региональных кластеров. Многие развитые страны имеют свои автомобильные кластеры для удовлетворения внутреннего спроса в рамках национальных промышленных политик. На Рисунке 1 выделены основные автомобильные кластеры Европы. Сейчас все больше внимания уделяется импортозамещению на производстве. Этот шаг может дать производителям возможность уменьшить финансовые потери из-за больших издержек на логистику, а также на курсовую разницу валюты. Борьба с волатильностью на рынке валют является одной из важных причин развития импортозамещения в России.

Основные автомобильные кластеры в Европе

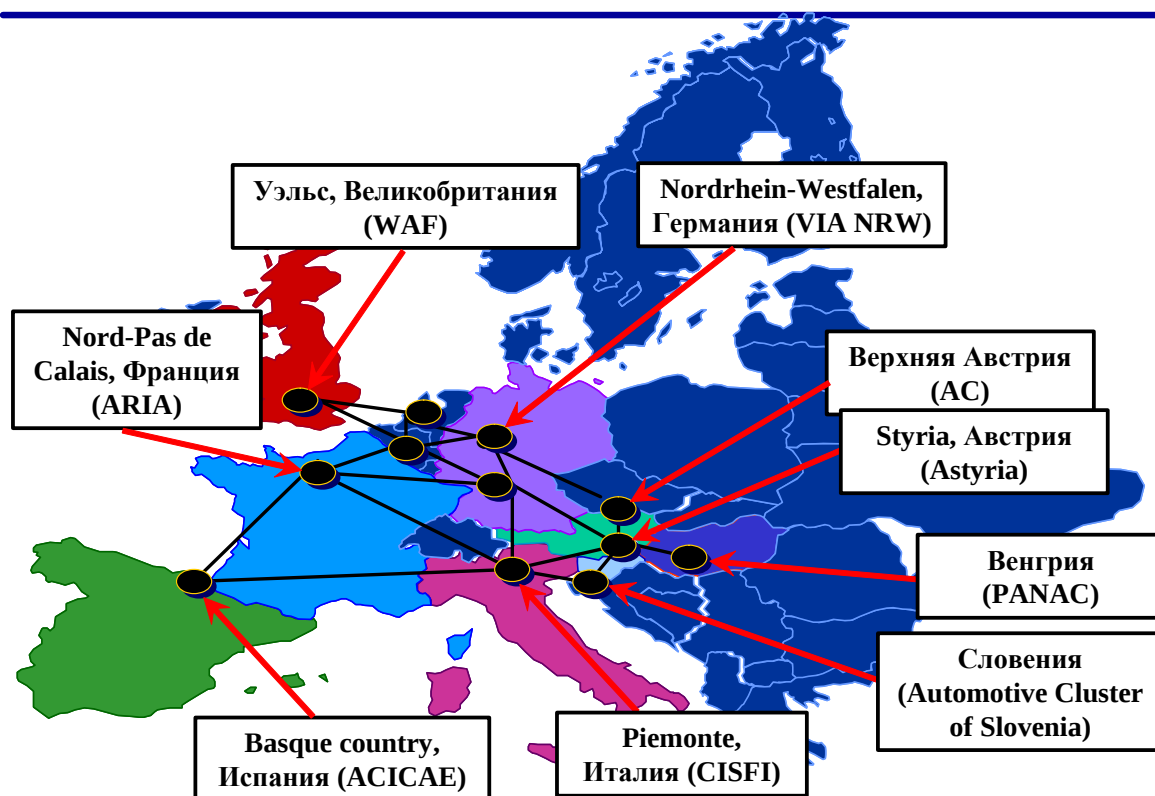


Рис. 1. Основные автомобильные кластеры в Европе [8]

Опыт развитых стран показывает, что использование промышленной политики, сфокусированной на импортозамещении, создает ряд проблем для государства: развитие бизнеса сдерживается

слабой инфраструктурой. Выбор инновационно и инвестиционно привлекательного региона для дальнейшего размещения производственных мощностей является наиболее важным и сложным решением на момент формирования кластера. Отсутствие квалифицированных кадров с высокой профессиональной компетенцией и подготовкой, ограничение в финансировании предпринимательства, которое сдерживается неблагоприятным инвестиционным климатом региона или страны в целом, негативно отражается на темпах развития производственных проектов и возможностях привлечения иностранных инвесторов, поэтому кластеры могут развиваться куда медленнее, чем требует экономика региона. Для иностранных инвесторов важно быть максимально уверенным в целесообразности и прозрачности своих капитальных вложений вообще и в автомобильные кластеры нашей страны в частности.

Развитие инновационного потенциала регионов нашей страны осуществляется в рамках, определенных Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. [4], для достижения наиболее важных целей и задач:

- повышение научно-технического и образовательного потенциала крупных городских агломераций с высоким качеством среды обитания и человеческим потенциалом;
- создание филиалов лучших технических и экономических вузов страны, выделение специализированных курсов подготовки и переподготовки специалистов всех уровней на базе кластеров, а также проведение международных форумов, где будут анализироваться лучшие практики зарубежных коллег и обсуждаться наиболее значимые для роста компетентности сотрудников производственных кластеров вопросы;
- расширение действующих автомобильных кластеров, наиболее эффективно функционирующих на данный момент в России (Калужский, Санкт-Петербургский, Самарский кластеры и пр.) и создание новых кластеров в наиболее благоприятных регионах нашей страны.

Ожидается, что существенный вклад в региональное развитие будут вносить перспективные регионы, в которых можно и нужно расширять темпы экономического роста, такие как Поволжье, Урал, на территории которых активно развиваются научные и образовательные центры и сосредоточены достаточно мощные высокотехнологические отрасли, в том числе и автомобильная. Это необходимо, в первую очередь, для повышения производственного потенциала и конкурентоспособности регионов, которые обладают высоким, однако не реализованным или не эффективно разработанным потенциалом инновационного развития.

В ближайшие несколько лет следует ожидать наиболее резких изменений в покупательских предпочтениях за многолетнюю историю автомобильного рынка. Этому способствует текущий глобальный финансовый кризис, в котором экономика развивающихся стран страдает больше всего. К 2020 г. выделятся совершенно другие сегменты покупателей. Вероятно, в развитых странах ускорятся изменения в потребительских настроениях у населения, вызванные экономическим кризисом. В развивающихся странах потребители перейдут к покупке автомобилей более высокого класса вместо бюджетных, воспринимая покупку автомобиля как инвестицию. Данный эффект уже наблюдался в конце 2014 г., когда национальная валюта резко упала в своей рыночной стоимости, а население (потребители) успели отреагировать на данную волатильность и приобрести иностранную валюту. Тем самым многие потребители выиграли на курсовой разнице и их возможности, а вместе с ними и потребности стали выше. Если ситуация на рынках валют не стабилизируется, то нас может ждать повторение данного эффекта, что должны учесть крупнейшие производители автокомпонентов при формировании внутренних и внешних стратегий развития производства и сбыта. Рассматривая маркетинговые стратегии автомобильных корпораций, логично предположить, что срок использования автомобилей возрастет благодаря множеству акций и специальных предложений для потребителей по продлению гарантийного и постгарантийного обслуживания. Данная тенденция уже сильно отрази-

лась на вторичном рынке автомобилей. Все больше потребителей, желающих сменить автомобиль, пользуется услугой Trade-In вместо самостоятельной продажи из-за безопасности и скорости оформления сделки.

Перед крупнейшими автомобильными производителями встанет непростая задача – привлечь необходимые инвестиции в создание инновационных производственных мощностей. Победителями окажутся те компании, которые сумеют прибыльно и с достаточной степенью гибкости удовлетворить запросы потребителей с учетом их региональной специфики.

На рисунке 2 представлен графический анализ потенциальных сдвигов в потребительских сегменте автомобильной отрасли. В результате развития данных тенденций на потребительском рынке перед автомобильными производителями встанут огромные экономические проблемы. Для компаний нашей страны важно правильно и своевременно включиться в новые реалии экономического климата и поддерживать объемы, а главное – качество произведенной продукции.



Рис. 2. Прогнозируемые сдвиги в потребительских сегментах к 2020 г. [7]

Государственные инвестиции и взаимодействие крупных российских игроков на рынке автомобильного производства с их иностранными партнерами будут играть ключевую роль в развитии автомобильной отрасли в рамках принятой политики импортозамещения. К 2017 г. государство выделит более 7 млрд руб. на развитие автомобильной отрасли. Создание технопарков, увеличение объемов производства и развитие инфраструктуры регионов являются наиболее важными проектами для финансирования [6].

На данный момент все больше компаний автомобильной отрасли, работающих в инновационных кластерах, организуют совместные предприятия для вхождения в производственную инновационную цепочку технологического развития. Российская компания, как правило, выступает в качестве организации, предлагающей производственные мощности, тогда как арендатором выступают иностранные компании, производящие автокомпоненты (стекло, выхлопные системы, тормозные системы, шины и т.д.) на высоком мировом уровне. Данное взаимовыгодное сотрудничество объясняется внедрением зарубежных технологий в отечественное производство и в структуру управления автомобильным кластером в целом. Масштабы кластеров с каждым годом расширяются, что позволяет привлекать иностранные инвестиции, которые пополняют бюджет регионов; также растут профессиональные компетенции специалистов. В настоящий момент данный подход к сотрудничеству представляется наиболее выгодным для экономики как региона, так и страны в целом.

Современные технологии все больше направлены на удешевление исходных комплектующих, что не может не отразиться на качестве уже произведенного автомобиля. Эта тенденция пагубно влияет на лояльность потребителей, провоцирует снижение покупательского спроса и сужение всего

рынка сбыта. Для того, чтобы данная тенденция не наносила фатального эффекта компаниям, необходимы постоянное обновление и применение инновационных технологий, которые предлагают крупнейшие глобальные организации, лидирующие в своей нише [1; 5]. В целом по российскому рынку можно отметить, что никаких преград для развития производства автокомпонентов нет, наоборот, основные меры по развитию автомобильной промышленности страны направлены на увеличение производства и продаж автомобилей (программа утилизации, выделение государственных инвестиций, создание фондов содействия малому и крупному бизнесу, субсидирование процентных ставок при покупке автомобилей в кредит, выгодные условия лизинга), а это, в свою очередь, делает более привлекательным производство автокомпонентов в России, в том числе для иностранных инвесторов. Из этого следует, что в ближайшие годы процесс привлечения иностранных производственных компаний, несмотря на сложную политическую атмосферу в европейских странах, будет более активным, в результате это позволит усилить внутреннюю конкуренцию на российском рынке автокомпонентов и повысить качество и безопасность выпускаемых автомобилей.

Экономический кризис требует реформирования всей экономики нашей страны, и успеха смогут добиться лишь те автомобильные компании, которые на каждом этапе найдут правильное решение.

Библиографический список

1. Ергин, Д. Добыча: Всемирная история борьбы за нефть, деньги и власть / Д. Ергин . – М. : Альпина Паблишер, 2011. – 960 с. – ISBN 978-5-9614-1252-9.
2. История американских автомобилей. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://america-cars.ru/history> (дата обращения : 14.05.2016).
3. История брендов. Форд. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.brandreport.ru/ford> (дата обращения : 14.05.2016).
4. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа : Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения : 12.05.2016).
5. 2014 Deloitte Internal Automotive Survey (United States, Japan, China, Russia, Brazil, Mexico, and India). Deloitte Consulting LLP. [Электронный ресурс]. Режим доступа : Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения : 12.05.2016).
6. Kelly, K. New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World / K. Kelly, Penguin Press: New York, 2012. Vol. 1. – 186 p. – ISBN 0–670–88111–2.
7. Larson C.F. R&D in Industry / C. F. Larson // AAAS Report XXII: Research & Development FY 1998. American Association for the Advancement of Science, Washington, 1997. – Vol. 2. – P. 17.
8. Roussel, P. A. Third-Generation R&D: Managing the Link to Corporate Strategy / P. A. Roussel, K. N. Saad, T. J. Erickson, Harvard Business School Press: Boston, 2011. – № 3. –126 p.