ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ В РОССИЙСКИХ СМИ

Авто

30 сентября 2009 года

(обзор подготовлен пресс-службой компании «РУФАУДИТ»)

Минфин пояснил особенности расчета транспортного налога

В связи с тем, что с 1 января 2009 года региональными законами введены новые налоговые ставки по транспортному налогу, дифференцированные по срокам полезного использования транспортных средств: до 5 лет и свыше 5 лет, Минфин РФ отмечает, что количество лет, прошедших с года выпуска транспортного средства, определяется по состоянию на 1 января текущего года в календарных годах начиная с года, следующего за годом выпуска транспортного средства.

Так, например, если грузовое автотранспортное средство было выпущено в мае 2003 года, срок полезного использования, определяемый в календарных годах от года его выпуска, на 1 января 2009 г. будет равен 5 годам.

Такие пояснения представлены в письме Минфина РФ № 03-05-05-04/07 от 07.07.2009.

II ИА "Клерк.Ру"

Налоговый вычет по НДФЛ на сумму транспортного налога не предусмотрен

Налоговое законодательство не предусматривают получение налогового вычета в размере суммы транспортного налога, уплаченной налогоплательщиком.

При этом при уплате налогоплательщиком НДФЛ и транспортного налога двойного налогообложения не возникает, поскольку объектом налогообложения по НДФЛ признается доход, полученный налогоплательщиками, а объектом налогообложения транспортным налогом признаются автомобили, мотоциклы, мотороллеры, автобусы и другие транспортные средства.

Учитывая, что данные налоги имеют различные объекты налогообложения, двойного налогообложения при таких обстоятельствах не возникает.

Такие разъяснения представлены Минфином РФ в письме № 03-04-05-01/691 от 16.09.2009.

II ИА "Клерк.Ру"

Новый техрегламент транспортных средств нуждается в доработке

Юридическую оценку технического регламента безопасности колесных транспортных средств, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 10 сентября 2009 г. № 720 можно найти в статье «Вместо создания качественных дорог - бюрократические уловки» доктора юридических наук, академика РАЕН Юрия Дмитриева.

Автор анализирует отдельные аспекты регламента и отмечает, что документ содержит ряд расплывчатых, оценочных понятий, которые вызывают двусмысленное понимание и «явно рассчитаны на получение коррупциогенного эффекта».

II ИА "Клерк.Ру"

Утверждены новые статформы для транспортников

Федеральная служба государственной статистики своим приказом № 205 от 23.09.2009 утвердила формы федерального статистического наблюдения для транспортных компаний с указаниями по их заполнению.

Так документом утверждаются новые годовые формы с отчета за 2009 год:

- № 1-ЭТР «Сведения о трамвайном и троллейбусном транспорте»;
- № 1-ТР (жел) «Сведения о промышленном железнодорожном транспорте»;
- № 1-ТР (автотранспорт) – год «Сведения об автотранспорте и протяженности ведомственных и частных автодорог»;
- № 3-автотранс «Сведения о наличии и использовании автомобильного транспорта»;

- № 3-ДГ (мо) «Сведения об автомобильных дорогах общего пользования местного значения и искусственных сооружениях на них, находящихся в собственности муниципальных образований».

Кроме того, обновлены месячные формы с отчета с января 2010 года:

- № 1-море «Сведения о перевозках грузов и пассажиров морским транспортом»;
- № 1-река «Сведения о перевозках грузов и пассажиров внутренним водным транспортом».

Также изменяются квартальные формы с отчета за I квартал 2010 года:

- № 1-АПТ «Сведения о деловой активности организаций автомобильного транспорта»;
- № 65-автотранс «Сведения о продукции автомобильного транспорта»;
- № 1-ТР (мор) «Сведения о перевозочной деятельности на морском транспорте»;
- № 1-ТР (вод) «Сведения о перевозочной и погрузочно-разгрузочной деятельности на внутреннем водном транспорте».

II ИА "Клерк.Ру"

За разобранный на запчасти автобус следует уплачивать транспортный налог

УФНС РФ разъясняет, следует ли организации уплачивать транспортный налог в отношении автобуса, который был разобран и распродан на запасные части, до момента снятия его с учета в ГИБДД.

На сайте УФНС по Республике Тыва отмечается, что объектом налогообложения признаются автомобили и другие транспортные средства, зарегистрированные в установленном порядке в соответствии с законодательством РФ.

Таким образом, обязанность по уплате транспортного налога ставится в зависимость от регистрации транспортного средства, а не от фактического наличия данного транспортного средства у налогоплательщика, если иное не предусмотрено НК РФ.

II ИА "Клерк.Ру"

Временные пошлины на моторные транспортные средства продлят

Первый заместитель Председателя Правительства РФ Виктор Зубков провел очередное заседание Комиссии по защитным мерам во внешней торговле и таможенно-тарифной политике, передает правительственная пресс-служба.

Члены Комиссии признали обоснованным предложение о продлении на временной основе (9 месяцев) действующего режима ввоза в отношении отдельных видов моторных транспортных средств.

Также в целях поддержки отечественного автопрома Комиссия будет рекомендовать Правительству установить нулевую ставку пошлины на автоматическую прессовую линию штамповки, применяемую при производстве кузовных деталей автотранспортных средств.

II ИА "Клерк.Ру"

ГИБДД должна самостоятельно извещать налоговую об утилизации автотранспортных средств

Специалисты УФНС по Амурской области поясняют, какие необходимо предоставить документы налогоплательщикам в налоговую инспекцию в случае утилизации автотранспортного средства.

Ведомством в этой связи отмечается, что в соответствии с действующим законодательством органы, осуществляющие государственную регистрацию транспортных средств (ГИБДД, Гостехнадзор и др.) до 1 февраля текущего календарного года, по состоянию на 31 декабря истекшего года, обязаны самостоятельно сообщать в налоговые органы по месту своего нахождения сведения о транспортных средствах, а также обо всех изменениях с ними, в том числе утилизации.

В случае необходимости налогоплательщик самостоятельно может представить в налоговый орган документ, подтверждающий утилизацию автомобиля.

Таким документом является карточка учета транспортного средства, которая выдается органами ГИБДД по заявлению собственника автомобиля.

II ИА "Клерк.Ру"

О.А.Чайковская Соискатель ученой степени кандидата наук Волго-Вятская академия государственной службы

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Долгие годы в экономически развитых странах считалось, что вмешательство государства в экономику должно быть минимальным, поскольку рыночные механизмы саморегулируемы и вся рыночная система тяготеет к равновесию. Но начавшийся в 2008 г. мировой финансовый кризис, обрушив фондовые, кредитные, а затем и сырьевые рынки, положил начало обратному процессу - огосударствлению мировой экономики. Однако здесь таится опасность чрезмерного вмешательства государства в экономическую жизнь страны. В статье рассматривается ситуация, сложившаяся с началом кризиса в автомобильной отрасли России, и оценивается эффективность принимаемых правительством мер.

Если вспомнить прошлое столетие, то наиболее активное вмешательство государства в экономику происходило как раз в самые сложные исторические периоды. Не вызывает сомнения необходимость усиления роли государства в хозяйственной жизни во время первой мировой войны, мирового экономического кризиса 1929 - 1933 гг. Именно в тот период выдающийся английский экономист Д. Кейнс дал научное обоснование особой роли государства в развитии экономики. Концепция Кейнса сменила господствующую с конца XIX в. неоклассическую теорию, сторонники которой призывали ограничить или даже полностью отказаться от вмешательства государства в экономику. Они полагали, что рыночная система является саморегулируемой и тяготеет к равновесию. Однако начавшаяся Великая депрессия сильно дискредитировала данную концепцию, и широкую поддержку получила новая теория Кейнса. Автор считал, что государственные расходы увеличивают совокупный спрос и приводят к мультипликативному росту национального продукта, а следовательно, занятости. Согласно данной теории регулирующее воздействие государства может осуществляться через изменение направлений расходования государственных средств, увеличение государственных инвестиций, организацию общественных работ и т.п. Перераспределяя средства между отраслями или регионами, государство сглаживает неравномерности их развития и обеспечивает финансирование стратегических секторов экономической и социальной сфер (таких как военно-промышленный комплекс, правоохранительные органы, учреждения социально-культурной сферы и др.).

В 1930 - 1960 гг. кейнсианская теория стала общепризнанной, но с наступлением эпохи научно-технической революции в 1970-х гг. произошло возрождение неоклассики. Современные экономисты-неоклассики критиковали кейнсианскую модель, указывая, что государственное регулирование приводит к появлению новых, более опасных явлений, таких как, например, инфляция, и в то же время не устраняет некоторые недостатки рыночной модели. Теория об особой роли государства стала непопулярной.

Однако спустя десятилетия под давлением мирового финансового кризиса сторонники либеральных идей были вынуждены уступить позиции. В условиях роста массовой безработицы, череды банкротств мировых финансовых институтов, рецессии экономики все ожидания общество стало связывать с активными действиями правительства. К помощи государства начали взывать как крупнейшие частные бизнес-структуры, так и госкорпорации.

И правительства разных стран стали разрабатывать масштабные государственные программы помощи финансовому сектору и системообразующим предприятиям своих экономик. В России в число системообразующих было включено 295 предприятий. Главной задачей работы с такими компаниями ставилось поддержание их устойчивости, используя различные инструменты государственного регулирования. Наряду с предприятиями энергетики, нефти и газа, угольной, металлургической, добывающей промышленности в список вошли и сильно пострадавшие от мирового финансового кризиса предприятия автопрома.

Развитие автомобильной промышленности всегда являлось стратегически важной задачей государственной политики России, поскольку служило источником миллионов рабочих мест для населения страны и составляло важный компонент системы обеспечения национальной безопасности государства. И правительство предоставляло необходимую поддержку, понимая, что автомобильная промышленность оказывает мультипликационный эффект на развитие многих смежных отраслей экономики страны, обеспечивая таким образом занятость более чем 5 млн. чел. Кроме того, автомобильная промышленность стимулирует развитие сферы услуг: торговли, страхования, потребительского кредитования, рекламы. Численность работающих в ней составляет 4,6% от всех занятых в промышленности в целом и 13% - от

работников машиностроения. Автопром дает 3,8% от всего объема промышленного производства и 23% от объемов машиностроения <1>. Снижение объемов производимой продукции предприятиями автомобильной отрасли цепной реакцией повлечет падение показателей целого ряда отраслей экономики.

<1> Автомобильная промышленность России - настоящее и будущее, 2007. URL: http://www.kamaz.ru/ru/media/articles (дата обращения 15.02.2009).

Еще в 2002 г. правительство одобрило Концепцию развития автомобильной промышленности на период до 2010 г. (одобрена Распоряжением Правительства РФ от 16.07.2002 N 978-р), в которой были предусмотрены меры господдержки автомобильной отрасли: снижение ставок таможенных пошлин на технологическое оборудование, компоненты, агрегаты, узлы, детали и комплектующие изделия, производство которых не осуществляется в РФ; выравнивание таможенных пошлин для юридических и физических лиц при ввозе на таможенную территорию России подержанных легковых автомобилей иностранного производства и пр. Принятые меры способствовали активному расширению российских производств по сборке иностранных автомобилей, что в сочетании с доступностью автокредитов и ростом доходов населения привело к бурному развитию автомобильной отрасли, пусть и не за счет отечественного автопрома. Так, только по итогам 2006 г. объем продаж новых иномарок в три раза превысил уровень реализации подержанных машин, и таким образом, прирост продаж новых иностранных автомобилей достиг 66% (в то время как по итогам 2005 г. этот показатель составлял 51%) <2>. В 2007 г. российский автомобильный рынок вырос до 2 млн единиц и вышел на пятое место в Европе и восьмое в мире. По результатам продаж автомобилей аналитики уже начали прогнозировать России в 2008 г. лидерство в Европе, но мировой финансовый кризис нарушил все планы.

<2> Сейранян Т. Праздник иномарки // SmartMoney. 2007. N 12(53).

В целом 2008 г. оказался довольно удачным для российского автомобильного рынка. Согласно данным крупнейшего аналитического агентства PricewaterhouseCoopers (PwC) <3>, было продано 3,175 млн автомобилей, что на 14% больше, чем в 2007 г. При этом продажи ввезенных иномарок выросли на 24%, до 1,5 млн шт., а собранных в России - на 32%, до 580 тыс. шт. Число реализованных автомобилей отечественного производства при этом сократилось с 765 тыс. в 2007 г. до 700 тыс. в 2008 г. Однако такие высокие годовые показатели стали возможны только благодаря продажам первого полугодия. Уже в октябре продажи авто упали на 3%, в ноябре - на 15%, в декабре - на 10% по сравнению с теми же месяцами 2007 г. <4>. В 2009 г., по прогнозам PwC, падение может достигнуть 50%, поскольку значительное сокращение уровня доходов, увеличение безработицы, девальвация рубля и выросшие ставки по автокредитам существенно снизят потребительскую активность населения. Новый автомобиль является второй по величине покупкой после приобретения недвижимости, а в условиях неуверенности в своем финансовом будущем потребители обычно сокращают крупные расходы.

<3> Влияние кризиса на российский автомобильный рынок, 2009. URL: http://www.pwc.com/extweb/challenges.nsf/docid/038B1C34DEB530B380257543002EF413/$file/pwc_automotive_market_crisis.pdf (Дата обращения: 10.03.2009).

<4> Долгих А. Не шикарный выезд // Новые известия. 2009.

Снижение объемов продаж автомобилей в сочетании с сокращением притока заемного капитала, девальвация рубля стали причиной значительных финансовых сложностей для предприятий автомобильной отрасли. Реакцией большинства автопроизводителей на нехватку оборотных средств, задолженность перед поставщиками металла и комплектующих и падением сбыта стало сокращение производства (вплоть до полной его остановки). Почти месяц не работали крупнейший производитель "Автофрамос", завод General Motors под Санкт-Петербургом, из-за затоваривания дилерских площадок и заводского склада с 15.12.2008 остановил свой конвейер СП "GM-АвтоВАЗ", а с 22 декабря - российский завод концерна Volkswagen в Калуге. С 24.12.2008 по 21.01.2009 не работал завод Ford во Всеволожске. Что касается АвтоВАЗа, чьи продажи в декабре рухнули на 40%, главный конвейер также остановился, и работу завод возобновил только 02.02.2009. Горьковский автозавод из-за кризиса перешел на трехдневный режим рабочей недели <5>.

<5> Сафронычева О. Тенденции: каникулы автопрома // Биржа плюс авто. 2008. N 49.

Не меньше автопроизводителей пострадали от кризиса автодилеры. В 2009 г. наступило сложное время и для них. Борьба за потребителя значительно ужесточилась. Нехватка ликвидности, дорогие кредиты, резкое падение объемов продаж автомобилей, большие товарные остатки, снижение работ сервиса и допоборудования начали приводить к банкротству дилеров. В данных обстоятельствах поддержка начала исходить уже от автопроизводителей, поскольку появилось понимание, что без налаженной системы сбыта встанет производство. Ситуация с компаниями "Инком-Авто" и "Элекс-Полюс", проблемы которых отразились на реализации ВАЗовской продукции, стала достаточно показательной. И большинство автоконцернов начало предоставлять дилерам отсрочку платежа по поставкам на срок от 60 до 160 дней, взяло на себя расходы на доставку товара до дилерских центров, снизило требования по объему инвестиций в инфраструктуру <6>. Однако подобные расходы увеличили и без того огромную финансовую нагрузку самих автоконцернов. Заводы и так остро нуждались в пополнении оборотного капитала. Например, "группе ГАЗ" на рефинансирование долга и обеспечение текущей деятельности требовалось 36 млрд руб., АвтоВАЗу в конце 2008 г. только на операционные расходы было необходимо около 26 млрд руб.

<6> Виноградова Е., Романова Т. Придержанные иномарки // Ведомости. 2009. N 11(2281).

И правительство оперативно отреагировало на сложившуюся ситуацию. В список системообразующих предприятий, о котором писали ранее, было включено большинство крупнейших российских автопроизводителей: ОАО "АвтоВАЗ", ОАО "Соллерс", АМО "ЗИЛ", ОАО "КамАЗ", а также холдинг "Русские машины" (в том числе ОАО "ГАЗ"). Им была обещана поддержка на общую сумму 6,7 млрд долл. путем проведения госзакупок, предоставления кредитов банков и субсидирования лизинга.

Основная часть суммы, 3,26 млрд. долл., должна быть направлена на поддержку продаж автомобилей в лизинг и по госзаказу. На лизинг в 2009 г. государство планировало выделить 1,55 млрд. долл. в виде кредитов Внешэкономбанка, которые лизинговые компании при автозаводах (например, "КамАЗ-Лизинг") получат по ставке рефинансирования ЦБ или ниже. Правительство намерено увеличить объем госзакупок автомобилей, а также увеличить размер выплачиваемых авансов с 30 до 50% от суммы контракта. Госзаказ в 2009 г. сложится из закупки техники региональными (около 1,08 млрд. долл., из них 722 млн. долл. выделит федеральный бюджет) и федеральными властями (451 млн. долл. - для МЧС, МВД, Минобороны).

Вторая по размеру затрат статья расходов на поддержку автомобильной отрасли: выкуп государством облигаций российских автозаводов. Правительство в 2009 г. намерено выделить на эти цели до 2,17 млрд. долл. Для покупателей облигаций "будет открыто рефинансирование со стороны Центробанка", т.е. бумаги заводов могут быть включены в ломбардный список ЦБ. Выкупив займы, государство поможет авто производителям профинансировать уже запущенные инвестиционные проекты (строительство ГАЗом завода двигателей в Ярославле, разработка КамАЗом новых семейств грузовиков).

Третья по размеру стоимости мера - госгарантии по кредитам, взятым автозаводами на пополнение оборотных средств.

Кроме того, для того чтобы поддержать отечественных производителей, в том числе и иностранных автоконцернов, построивших свои заводы в России, с 12.01.2009 на территории России стали действовать новые ставки таможенных пошлин на иномарки. Согласно Постановлению Правительства РФ от 05.12.2008 N 903 "О внесении изменений в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении некоторых моторных транспортных средств" таможенная пошлина на новые легковые автомобили и подержанные в возрасте до трех лет была увеличена с 25 до 30%, на автомобили от трех до пяти лет - с 25 до 35%. Теперь запретительными пошлинами облагаются все иномарки старше пяти лет, а не старше семи, как было раньше. На машины данной категории процентная ставка не устанавливается, пошлина составит от 2,5 до 5,8 евро за 1 куб. см в зависимости от объема двигателя. Правительство повысило пошлины на 9 месяцев, но если мера окажется эффективной, действие Постановления будет продлено.

Для восстановления покупательской активности населения правительство решило ввести механизм субсидирования процентных ставок по кредитам на приобретение автомобилей стоимостью до 350 тыс. руб. (12,6 тыс. долл.) По плану льготный кредит должен быть трехлетним, а размер субсидии - 2/3 ставки рефинансирования ЦБ. Получить льготный кредит можно будет в "системообразующих банках": в Сбербанке, ВТБ или Газпромбанке. И хотя список автомобилей стоимостью до 350 тыс. руб. в России невелик - все модели "АвтоВАЗа", УАЗ Hunter и некоторые иномарки российского производства: Renault Logan, Kia Spectra, Hyundai Accent, Skoda Fabia, Fiat Albea, Ford Focus, тем не менее, по подсчетам Минпромторга, льготами смогут воспользоваться около 150 тыс. россиян <7>.

<7> Беликов Д. Премьер посигналил автопрому // Коммерсантъ. 2008. N 233/П(4050).

Предложенный правительством комплекс мер получил неоднозначную оценку. С одной стороны, полную поддержку российских и тех иностранных автопроизводителей, которые имеют сборочное производство в России. Правда, было высказано пожелание о включении в перечень всех моделей, выпускаемых в России. Но в то же время представители Еврокомиссии выразили неодобрение повышением пошлин на ввоз иномарок на территорию РФ, сочтя его противоречащим двустороннему соглашению о вступлении России во Всемирную торговую организацию (ВТО). Правительство Японии даже официально обратилось с просьбой не повышать пошлины, потому что поток идущих через Дальний Восток японских машин очень помогал японскому автопрому. Не поддержали данную меру и российские автомобилисты. Особенно негативно отреагировало население Дальнего Востока, поскольку в бизнесе по перегону японских иномарок там работают десятки, а возможно, и сотни тысяч людей. Чтобы успокоить волнения на Дальнем Востоке, правительство решило примерно на два года обнулить железнодорожный тариф на перевозку автомобилей российского производства из центральной части страны в этот регион. Однако это не решит вопрос массовых увольнений и миграции населения Дальнего Востока в результате потери источника заработка в центральную часть России.

Но все же, оценивая принятые меры, следует помнить, что государство любой страны обязано прежде всего думать о национальном производителе, особенно в период кризиса. И Россия не исключение. Для поддержки автомобильной отрасли российское правительство использовало богатый инструментарий госрегулирования, сочетающий как прямую помощь крупнейшим предприятиям отрасли через предоставление финансирования, госгарантий, кредитов лизинговым компаниям, увеличение госзакупок, так и косвенное воздействие на покупательский спрос через льготные кредитные программы для покупателей. Все меры поддержки автопроизводителей, без сомнения, являются необходимыми, но особенно важным в условиях падения спроса представляется стимулирование конечного потребителя. Россия делает в данном направлении лишь первые шаги, хотя другие страны давно и эффективно применяют эту меру. Поэтому, возможно, стоит использовать опыт европейских соседей: Германии, например, где государство предоставляет 2,5 тыс. евро на покупку нового автомобиля при условии утилизации старого авто, которому не меньше 9 лет, а новоприобретенные машины на один-два года освобождаются от автомобильного налога.

Кроме того, надо признать своевременность принятых шагов. Теперь вопрос в сроках и схеме реализации данной инициативы, и не только. Уже сейчас понятно, что принимаемые меры служат скорее своеобразным щитом для национального производителя во время кризиса, оставляя решение множества внутренних проблем (устаревшее оборудование, отсутствие производственных мощностей, современных технологий, кадровый дефицит) самим автозаводам. И это хорошо. Необходимо заметить, что государство всегда играло значительную роль в развитии отечественного автопрома, а конкурентоспособность производимой продукции низкая, и, возможно, сейчас пришло время менять подход к организации отечественного автомобильного бизнеса. Тем более девальвация национальной валюты, принятые заградительные меры дают возможность вернуть потерянные позиции. Возможно, для этого стоит учесть опыт китайских производителей, которые за 15 лет сумели поднять свою автомобильную промышленность на достойный уровень. И прежде всего за счет создания совместных производств, стимулирования иностранных инвестиций в НИОКР и производство комплектующих, а также конкуренции между национальными производителями. Видимо, понимание ситуации у российского правительства есть, поскольку начало в форме организации совместных предприятий с иностранными производителями положено. Локализация иностранных производств комплектующих ожидается. Что касается конкуренции, то именно об этом говорил председатель Правительства РФ В.В. Путин на открытии Всемирного экономического форума в Давосе 28.01.2009, когда предостерег от чрезмерного вмешательства в экономическую жизнь со стороны государства и призвал совершенствовать рыночные механизмы. Ведь известно, что государство никогда не было эффективным собственником. Таким образом, осталось освоить современные технологии, оптимизировать производство и повысить, наконец, не в ущерб цене качество выпускаемой продукции. Возможно, именно сейчас, в период кризиса, при поддержке государства у предприятий отечественного автопрома будет шанс преломить ситуацию в свою пользу. И обязательно нужно им воспользоваться...

Библиография

1. Автомобильная промышленность России - настоящее и будущее, 2007. URL: http://www.kamaz.ru/ru/media/articles (дата обращения 15.02.2009).

2. Беликов Д. Премьер посигналил автопрому // Коммерсантъ. 2008. N 233/П(4050).

3. Виноградова Е., Романова Т. Придержанные иномарки // Ведомости. 2009. N 11(2281).

4. Влияние кризиса на российский автомобильный рынок, 2009. URL: http://www.pwc.com/extweb/challenges.nsf/docid/038B1C34DEB530B380257543002EF413/$file/pwc_automotive_market_crisis.pdf (дата обращения 10.03.2009).

5. Долгих А. Не шикарный выезд // Новые известия. 2009.

6. Сафронычева О. Тенденции: каникулы автопрома // Биржа плюс авто. 2008. N 49.

7. Сейранян Т. Праздник иномарки // SmartMoney. 2007. N 12(53).

// "Экономический анализ: теория и практика". - 2009. - N 22

М.А.Шушкин К. э. н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга Нижегородский архитектурно-строительный университет

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

Анализ причин утраты конкурентоспособности отечественных автомобилестроительных компаний. Исследована практика использования методологических подходов и инструментов менеджмента в целях обеспечения конкурентоспособности. На основе экспертного опроса определены факторы конкурентоспособности автомобилестроительных компаний. Предлагается методика оценки конкурентоспособности предприятий. Она позволяет определять сильные и слабые стороны компании по функциональным областям управления. Классифицированы возможные стратегии развития предприятий и даны технологии их реализации.

Исследования показали, что одной из причин низкого уровня конкурентного статуса многих отечественных автомобилестроительных предприятий и их неспособности активно противостоять негативному влиянию экономического кризиса является отсутствие методологии формирования эффективных стратегий развития. В результате чего имеет место: уменьшение рыночной доли; потеря зарубежных рынков; дефицит финансовых ресурсов; нарастание задолженности перед поставщиками; высокий уровень себестоимости продукции; снижение показателей рыночной капитализации компаний. В свою очередь такие хозяйствующие субъекты являются градообразующими, что предопределяет их особую экономическую и социальную роль.

Для решения этих проблем в настоящем исследовании решены следующие задачи: определены факторы и инструменты формирования конкурентных преимуществ автомобилестроительных компаний в условиях экономического кризиса; предложена методика оценки их конкурентоспособности; сформированы альтернативные стратегии их развития.

Глобализация рынков значительно подорвала конкурентоспособность отечественных автомобилестроителей. Этому свидетельствует статистика, по которой в 2007 г. по сравнению с 2006 г. продажи отечественных автомобилей в России снизились с 800 тыс. шт. до 765 тыс. шт., тогда как производство иномарок на территории страны выросло с 280 тыс. шт. до 440 тыс. шт., а импорт новых автомобилей увеличился с 720 тыс. шт. до 1205 тыс. шт. Растет и импорт подержанных автомобилей. Таким образом, через несколько лет отечественный автопром может полностью потерять свои рыночные позиции. Экономический кризис, в свою очередь, ограничивает возможность развития отечественного автомобилестроения за счет заемных средств. В этих условиях важной национальной задачей является сохранение отечественного производства автомобилей как российских, так и зарубежных марок. Однако для реализации поставленной цели компании должны использовать самые эффективные методики менеджмента <1>.

<1> Шушкин М.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности автомобилестроительных компаний в условиях развития инновационной экономики: Монография / В.П. Кузнецов, В.В. Англичанинов, М.А. Шушкин. Изд-во ВГИПУ, 2008. 119 с.

В условиях консолидации отрасли на рынке остались лишь три крупных отечественных игрока: группа компаний "ГАЗ", "АвтоВАЗ", "Северсталь-Авто". По мнению экспертов, конкурентоспособность автомобилестроительных компаний на современном этапе определяется инвестиционной привлекательностью и способностью наладить сотрудничество с зарубежными лидерами отрасли. При этом на отечественные компании возлагаются функции производства, сбыта и сервиса зарубежных марок автомобилей <2>. Проведем анализ методологических подходов и инструментов менеджмента, направленных на обеспечение желательного конкурентного статуса. Результаты исследования представлены в табл. 1.

<2> Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. М.: Новости, 2000. 256 с.

Анализ использования методологических подходов и инструментов менеджмента, направленных на формирование конкурентных преимуществ компании

Фактор	Подходы и инструменты менеджмента, направленные на формирование конкурентных преимуществ в анализируемом факторе
Участие корпорации в консолидации рынка	Внедрение международных стандартов финансовой отчетности с целью повышения инвестиционной привлекательности. Формирование холдинговых структур. Инструменты стратегического менеджмента, направленные на оптимизацию портфеля стратегических бизнес-единиц
Способность к сотрудничеству с зарубежными автомобилестроительными холдингами	Создание стратегических альянсов. Контрактное производство. Покупка зарубежных технологий, оборудования и готовых конструкторских решений
Способность преодолевать инертность в сфере разработки и внедрения новинок в производство	Внедрение концепции управления по целям. Формирование матричных организационных структур управления. Использование концепции бенчмаркинга
Контроль корпорации над каналами сбыта продукции	Сделки по поглощению сбытовых компаний.Внедрение системы франчайзинга
Уровень диверсификации деятельности холдинга	Создание стратегических альянсов.Формирование холдингов. Сделки по слиянию и поглощению. Инвестиции в новое производство
Внедрение эффективных систем качества	Внедрение международных стандартов качества. Формирование корпоративной культуры. Использование философии "Кайдзен"

Использование современных подходов и инструментов менеджмента делает возможным адаптацию отечественных автомобилестроительных компаний к усилению конкуренции со стороны мировых лидеров отрасли. Представляется возможным проведение исследования эффективности использования вышеперечисленных инструментов отечественными холдингами. Для этого был проведен экспертный опрос, результаты которого представлены в табл. 2.

Результаты экспертного опроса эффективности использования инструментария формирования конкурентных преимуществ

Фактор	Экспертная оценка эффективности использования инструментария формирования конкурентных преимуществ в анализируемом факторе		
	Группа "ГАЗ"	**"АвтоВАЗ"**	**"Северсталь-Авто"**
Участие корпорации в консолидации рынка	9	6	8
Способность к сотрудничеству с зарубежными автомобилестроительными холдингами	9	7	10
Способность преодолевать инертность в сфере разработки и внедрения новинок в производство	4	6	6
Контроль корпорации над каналами сбыта продукции	8	4	9
Уровень диверсификации деятельности холдинга	6	4	6
Внедрение эффективных систем качества	4	2	2

Экспертами выставлялись оценки по 10-балльной шкале по степени воздействия на факторы конкурентоспособности.

Для подтверждения достоверности исследования были рассчитаны коэффициенты вариации, которые по всем анализируемым показателям составили от 8,3 до 13,3%, что находится в пределах допустимых значений.

Из данных табл. 2 видно, что лидером среди отечественных автомобилестроительных корпораций в сфере консолидации рынка является группа ГАЗ. Это объясняется активностью в процессах поглощения как отечественных, так и зарубежных производственных активов. Однако от этого показателя лишь

незначительно отстает "Северсталь-Авто", которая владеет множеством разнопрофильных активов. Значительно ниже этот показатель у "АвтоВАЗ", который лишь вынашивает планы о приобретении сборочных производств. Следует отметить, что для реализации этой цели "АвтоВАЗ" обладает конкурентным преимуществом, связанным с лоббированием своих интересов в органах государственной власти.

У всех отечественных компаний показатель способности к сотрудничеству с зарубежными автомобилестроительными холдингами достаточно высокий. Именно этот фактор, по мнению экспертов, будет основой в формировании конкурентных преимуществ в ближайшие годы. Однако лидером здесь является "Северсталь-Авто".

Способность преодолевать инертность в сфере разработки и внедрения новинок в производство, по всей видимости, является проблемой для всей отечественной промышленности <3>. Но наихудшие результаты, по мнению экспертов, здесь у группы "ГАЗ". Это можно объяснить тем, что автогигант предпочитает использовать готовые зарубежные технологии и модели автомобилей.

<3> Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: Учебное пособие. М.: Рус. деловая лит., 1999. 320 с.

Самый низкий показатель контроля над каналами сбыта принадлежит "АвтоВАЗ", который не успел на данный момент провести уже запланированную реструктуризацию. Аналогичная картина и с уровнем диверсификации деятельности корпорации.

Внедрение эффективных систем качества, по мнению экспертов, оставляет желать лучшего для всех анализируемых компаний, однако были отмечены некоторые положительные сдвиги, происходящие в построении производственной системы "ГАЗ".

Для принятия управленческих решений относительно выбора стратегии конкуренции и формирования функциональных стратегий необходимым является проведение стратегического анализа конкурентоспособности <4>. Такой анализ требуется предприятию с целью определения преимуществ и недостатков перед конкурентами, чтобы сделать выводы для выработки собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества. Определение конкурентоспособности организации является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта <5>.

<4> Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. СПб.: Питер, 2002. 752 с.: ил.

<5> Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. М.: Экономика, 1989. 519 с.

В данной работе представлена методика оценки конкурентоспособности компании, которая позволяет выявлять сильные и слабые стороны подразделений и предприятия по всем функциональным областям управления. Основу методики составляют показатели конкурентоспособности СБЕ по характерным конкурентным полям. Конкурентоспособность подразделения предлагается определять исходя из оценки эффективности его функциональных областей управления по отношению к конкурентам, а именно производственной системы, маркетинга, финансового менеджмента, инновационной деятельности и управления персоналом. Интеграция всех областей менеджмента в единое целое достигается посредством определения интегрального показателя конкурентоспособности подразделения.

Таким образом, расчет показателя конкурентоспособности для СБЕ подразумевает определение эффективности функциональных областей управления на основе опроса экспертов и их ранжирования в общем индексе конкурентоспособности анализируемого подразделения, который определяется по формуле (1).

$$КСП_{СБЕi} = к_{1i} Эп + к_{2i} Эф + к_{3i} Эм + к_{4i} Этр + к_{5i} Эи, \qquad (1)$$

где Эп, Эм, Эф, Этр, Эи - соответственно эффективность производства, маркетинга, финансов, трудовых ресурсов, инноваций (определяется экспертным опросом; численно равна от 0 до 1);

К1 - 5 - весовые коэффициенты соответствующих показателей (определяются экспертным путем; численно равны от 0 до 1);

КСП СБЕ - конкурентный статус исследуемой стратегической бизнес-единицы.

Если КСП СБЕ больше, чем у всех рассматриваемых конкурентов, можно констатировать, что предприятие является лидером в данной сфере деятельности.

Если КСП СБЕ ниже, чем у одного или двух конкурентов - несмотря на то, что не является лидером, занимает прочные позиции на рынке и система управления предприятием функционирует удовлетворительно.

Если КСП СБЕ меньше, чем среднее значение по рынку, то уровень конкурентоспособности стратегической бизнес-единицы неудовлетворительный, и необходимы срочные мероприятия по повышению эффективности наиболее важных в конкретном случае функциональных областей управления.

Расчет интегрального показателя конкурентоспособности для всего предприятия (КСП) производится на основе суммирования показателей конкурентоспособностей стратегических бизнес-единиц с весовыми коэффициентами, отражающими значимость конкурентоспособности того или иного подразделения в общей конкурентной стратегии предприятия, по формуле (2):

$$КСП = \sum_{i=1}^{n} к_{СБЕi} КСП_{СБЕi}, \qquad (2)$$

где к - коэффициент значимости СБЕ в конкурентной стратегии компании (определяется экспертным путем; численно равен от 0 до 1).

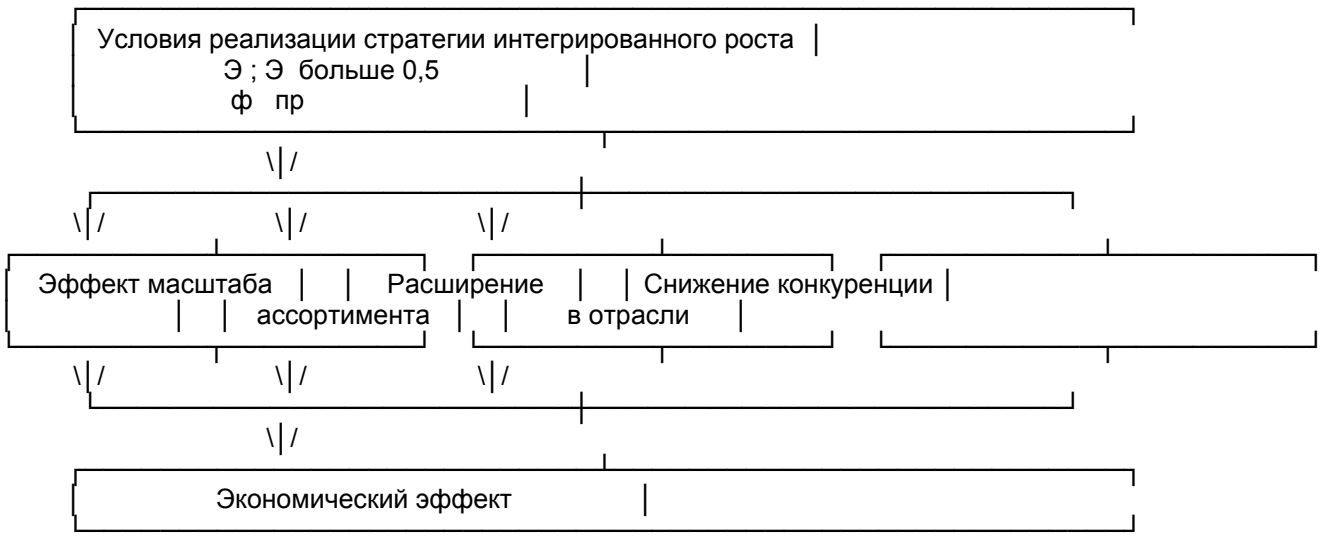
Результаты такого анализа позволяют выявить направления в формировании конкурентных преимуществ, которые должны быть интегрированы в стратегию развития предприятия. В свою очередь, анализ практики отечественных автомобилестроительных компаний и оценка их перспектив на рынке позволяют выявить следующие три основные стратегии их развития. Эти стратегии могут носить следующие условные названия:

1. Стратегия интегрированного роста. Речь идет о тенденциях участия предприятия в консолидации роста. Такие мероприятия компании осуществляют на основе поглощения более мелких рыночных игроков. В дальнейшем на поглощенных компаниях предполагается развертывание и сборка базовых для холдинга автомобилей. Эта стратегия позволяет добиться эффекта масштаба и, соответственно, получать конкурентное преимущество в сфере издержек и цены товара. Кроме этого, достаточные производственные мощности позволяют расширить ассортимент выпускаемых товаров и снизить уровень конкуренции в отрасли <6>.

<6> Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2000. 495 с.: ил.

Условием реализации этой стратегии является эффективная финансовая деятельность компании в целях привлечения ресурсов, необходимых для поглощения предприятий. В целях успешной их дальнейшей деятельности важным является и эффективная производственная система компании, которая должна распространяться на дочерние предприятия. Схема реализации этой стратегии представлена на рис. 1.

Схема реализации стратегии интегрированного роста



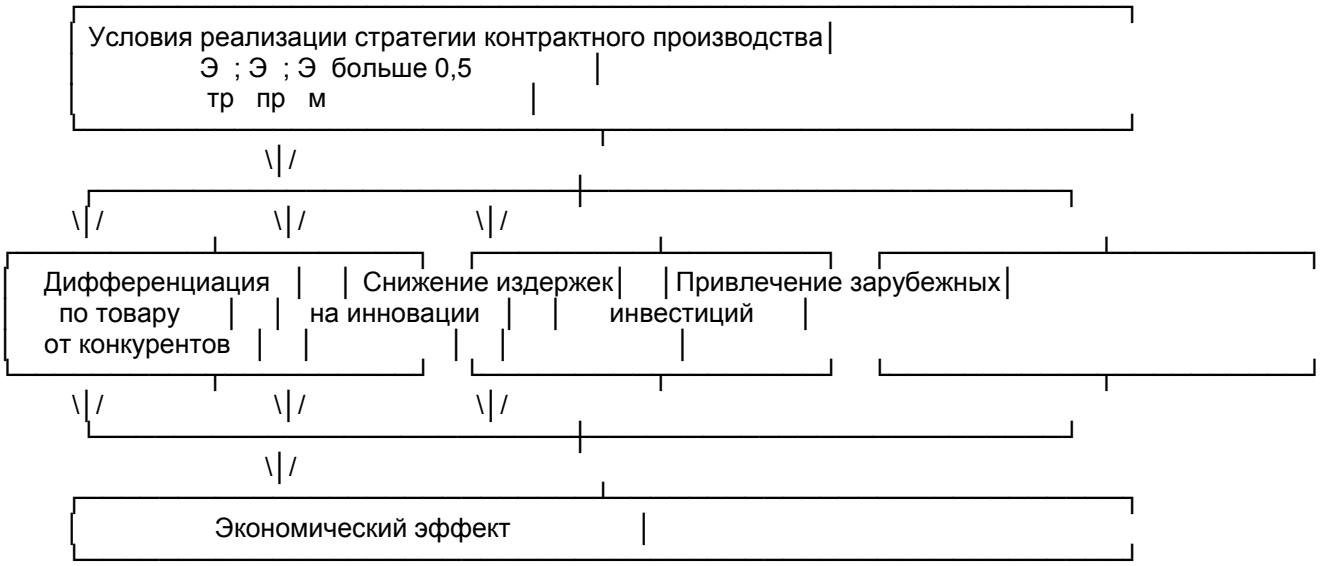
2. Стратегия контрактного производства. В этом случае подразумевается сборка автомобилей зарубежных марок по лицензии или в рамках совместного предприятия, где иностранные инвесторы привлекают технологии и готовые продуктовые решения, а отечественные партнеры осуществляют непосредственную сборку автомобилей.

Условиями реализации такой стратегии являются эффективная производственная система компании, высокое качество управления персоналом и развитая сбытовая структура, которая, в свою очередь, является маркетинговым инструментом <7>.

<7> Коробейников И.О. Резервы развития предприятия: Монография. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2000. 352 с.

Используя данную стратегию, компании добиваются конкурентного преимущества по качеству и свойствам товаров, а также снижаются издержки за счет экономии на инновациях. Схема анализируемой стратегии представлена на рис. 2.

Схема реализации стратегии контрактного производства



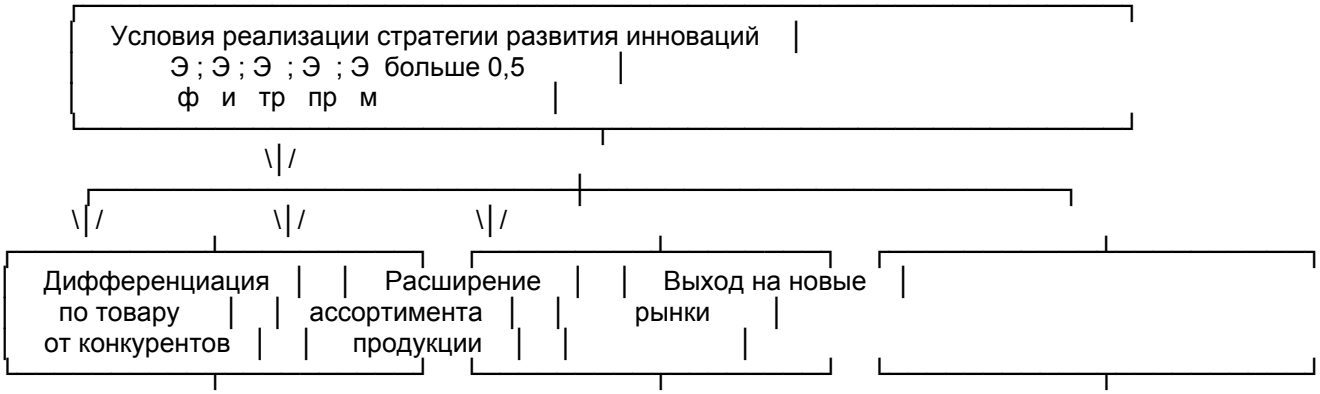
3. Стратегия развития инноваций. Это самая сложная стратегия. Она предполагает развитие компании на счет инвестиций в конструкторские идеи, направленные на разработку конкурентоспособных товаров на мировом уровне. Такая деятельность может осуществляться и в партнерстве с иностранными компаниями, и на основе приобретения зарубежных активов, и заимствовании их технологий на основное производство.

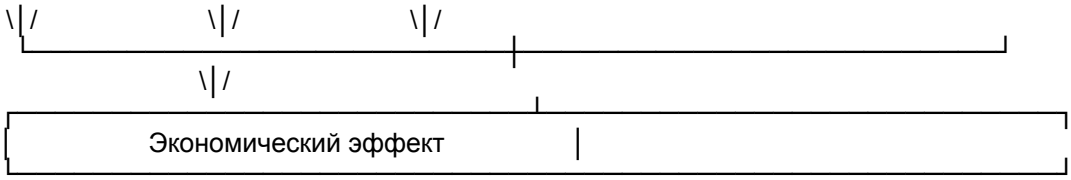
Условием реализации такой стратегии является эффективная деятельность компании по всем функциональным областям управления, так как ни одна из этих функций (производство, маркетинг, инновация, персонал, финансы) не может быть передана в полной мере на аутсорсинг <8>.

<8> Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Эксмо, 2006. 496 с.

Применение такой стратегии позволяет автомобилестроительным компаниям реализовать ряд конкурентных преимуществ, которые прежде всего связаны с дифференциацией товаров от конкурентов по качеству и потребительским свойствам, расширением ассортимента и возможностью выхода на новые, в том числе зарубежные рынки. Схема анализируемой стратегии представлена на рис. 3.

Схема реализации стратегии развития инноваций





Предложенные методика и классификация позволяют принимать управленческие решения по формированию и реализации эффективных стратегий развития отечественных автомобилестроительных компаний на основе комплексного анализа их сильных и слабых сторон в функциональных областях управления. В условиях экономического кризиса и социальной значимости предприятий анализируемой отрасли такие стратегии приобретают особую значимость для региональных и национальной экономики России.

Библиография

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. М.: Новости, 2000. 256 с.

2. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. М.: Экономика, 1989. 519 с.

3. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Эксмо, 2006. 496 с.

4. Коробейников И.О. Резервы развития предприятия: Монография. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2000. 352 с.

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. СПб.: Питер, 2002. 752 с.: ил.

6. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: Учебное пособие. М.: Рус. деловая лит., 1999. 320 с.

7. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2000. 495 с.: ил.

8. Шушкин М.А. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности автомобилестроительных компаний в условиях развития инновационной экономики: Монография / В.П. Кузнецов, В.В. Англичанинов, М.А. Шушкин. Изд-во ВГИПУ, 2008. 119 с.

// "Экономический анализ: теория и практика". - 2009. - N 22