

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Центральный Экономико-математический институт Российской Академии Наук

На правах рукописи

Акимкина Дария Александровна

**«ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ
НА РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

Специальность 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством»,
специализация: «Экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами (промышленность)»

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
Доктор экономических наук, профессор
Дементьев Виктор Евгеньевич

Москва – 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Легковая автомобильная промышленность России и иностранный опыт модернизации автомобилестроения.....	10
1.1. Роль автомобильной промышленности в экономике страны	11
1.2. Динамика развития легкой автомобильной промышленности России	15
1.3. Конкурентоспособность российских автомобилей	31
1.4. Зарубежный опыт модернизации автопрома на базе иностранных технологий	38
Глава 2. Прямые иностранные инвестиции как инструмент промышленной политики	47
2.1. Выбор модели промышленной политики для обеспечения конкурентоспособности отрасли.....	47
2.2. ПИИ как фактор догоняющего развития.	61
2.3. Ограничивающая роль ПИИ в обеспечении ведущих позиций отрасли	70
Глава 3. Прямые иностранные инвестиции в легкой автомобильной промышленности России: достигнутые результаты и ориентиры на перспективу	76
3.1. ПИИ в российской автомобильной промышленности	76
3.2. Обзор моделей оценки влияния ПИИ на экономику страны-реципиента.....	101
3.3. Результаты анализа состояния автомобильной промышленности	117
3.4. Рекомендации по развитию автомобильной отрасли и по стратегии привлечения ПИИ в автомобильную промышленность	128
Заключение	132
Библиографический список использованной литературы	136
Приложения	147
Приложение 1. История развития автомобильной отрасли в России.....	147
Приложение 2. Сравнение классификаций автомобилей ¹	149
Приложение 3. Применение модели мультипликатора-акселератора к российской автомобильной промышленности	151

Введение

Актуальность темы исследования. При сохранении сырьевой специализации России в мировом разделении труда страна будет оставаться заложницей конъюнктуры сырьевых рынков, поскольку эти рынки подвержены резким колебаниям цен.

В такой ситуации требуется проведение экономической политики, ориентированной на модернизацию отраслей обрабатывающей промышленности, в особенности, машиностроения. В сокращении технологического отставания отечественного машиностроения, в увеличении доли обрабатывающей промышленности в экономике России большая роль отводится прямым иностранным инвестициям (ПИИ).

Однако влияние ПИИ на принимающую экономику неоднозначно: проявляются как положительные, так и отрицательные эффекты. В связи с этим требуется выработка такой промышленной политики, которая способна обеспечить реализацию созидательного потенциала ПИИ и нивелировать отрицательные эффекты не только в краткосрочном периоде, но и в перспективе.

Активное привлечение с помощью ПИИ передовых технологий позволяет реализовать стратегию догоняющего развития, проводить политику импортозамещения. Вместе с тем, опыт таких стран как Аргентина, Индонезия, Мексика, Бразилия показывает, что реализация импортозамещающей политики в чистом виде не гарантирует ликвидацию технологического разрыва. В связи с этим дискуссия о том, какой модели промышленной политики следует отдать предпочтение, ведется до сих пор.

Существуют различные точки зрения и в отношении отраслей машиностроения, которые в первую очередь нуждаются в модернизации. Ряд исследователей отдает приоритет автомобильной промышленности, которую нередко называют «локомотивом» развития экономики. Действительно, автомобилестроение является одной из ключевых отраслей экономики, относится к числу наукоемких и высокотехнологичных, стратегически важных производств. Все более широкое применение находит в отрасли продукция электронной промышленности.

В России на долю автомобилестроения приходится около 2% ВВП. Производство легковых автомобилей выступает наиважнейшим сегментом, который определяет ситуацию в автомобильной отрасли в целом, поскольку отечественная легковая промышленность занимает более 80% как в структуре производства, так и в структуре продаж автомобилей в России. Емкость рынка легковых автомобилей в России составляет 5,8 млн. шт. (около \$75,3 млрд.)

По отношению к этой промышленности Правительством РФ реализуется политика импортозамещения, основанная на создании многочисленных совместных предприятий с лидерами автоиндустрии. Акцент в политике сделан на достижение высокого уровня

локализации, однако без конкретизации, за счет чего этот уровень будет достигаться. Выбирая стратегию импортозамещения для автомобильной промышленности, крайне важно учитывать качество импортозамещения, поскольку повышения процента локализации можно добиться с помощью производства простых автокомпонентов, например, деталей салона, а можно локализовать производство двигателей или других сложных узлов. Вместе с тем даже организация в России производства двигателей не гарантирует в перспективе того, что будет локализовано создание большей части добавленной стоимости, поскольку все возрастающую долю в цене автомобиля составляет стоимость электронного оборудования. В перспективе подобная тенденция ожидается и в отношении использования в автопроме продукции нанотехнологий.

В этой связи тема настоящего диссертационного исследования, посвященного анализу влияния ПИИ на автомобильную промышленность России, представляется актуальной, как с точки зрения развития и дополнения ряда разделов научных дисциплин, исследующих проблемы промышленной политики и проблемы привлечения ПИИ, так и с точки зрения коррекции и практического применения мер по эффективному управлению процессом привлечения ПИИ.

Степень разработанности проблемы. В настоящее время промышленной политике посвящено большое количество работ как за рубежом, так и в России (Ю.В. Яременко, Г.Б. Клейнер, С.Ю. Глазьев и др.). В работах таких ученых как А.В. Комогорцев, В.Л. Макаров, С.А. Ермолаев, А.Е. Дайнеко, О.В. Старовойтова, Г. Брутон (H. Bruton), Т. Альтенбург (T. Altenburg) проведен анализ импортозамещающей и экспортоориентированной моделей промышленной политики, выделены положительные и отрицательные стороны реализации той или иной модели промышленной политики, проведено сопоставление этих двух моделей. В работе Е.С. Силовой и Ю.Н. Старцева были систематизированы подходы к понятию промышленной политики.

Плюсы и минусы реализации стратегии догоняющего развития и возможности её применения рассматривались такими учеными как В.М. Полтерович, В.В. Попов, В.Е. Дементьев, Р.Дж. Барро (R.J. Barro). В этом вопросе существует две точки зрения, одна акцентирует внимание на преимуществе отсталости (В.М. Полтерович), другая – на западне технологического иждивенчества (В.Е. Дементьев). Таким образом, вопрос, в какой мере заимствование способствует сокращению технологического разрыва, до сих пор остается дискуссионным.

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) на протяжении многих лет являются предметом интереса экономистов. С момента появления работы Р. Вернона в 1966 году исследования в области теории ПИИ выявляют и обосновывают ряд положений: связь

инвестирования с жизненным циклом товара (Р. Вернон), инвестиционные мотивы лидеров рынка (С. Хаймер, Д. Грэм), типы интернационализации (Дж. Даннинг, П.Дж. Баккли), фазы развития отрасли от стадии импортозамещения к готовности экспортировать свою продукцию (К. Акамацу), развитие экономики догоняющей страны при активном иностранном инвестировании (К. Коджима, Т. Оззава), конкурентоспособность стран-реципиентов (М. Портер), зависимость импорта и экспорта ПИИ от стадий развития страны (Дж. Даннинг). Сводный анализ этих теорий приведен в работах Л.Н. Жилиной, И.С. Троекурова, П. Фишера

Поскольку ПИИ оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на экономику страны-реципиента, воздействие ПИИ на принимающие экономики является одним из важных вопросов, рассматриваемых в экономической литературе. Теоретические и практические аспекты привлечения и использования иностранных инвестиций в экономике, их влияние на экономику страны рассмотрены в работах отечественных ученых Т.Я. Белоус, Е.В. Балацкого, С.Ю. Глазьева, В.Е. Дементьева, С.М. Кадочникова, А.А. Михайловой и многих других. Исследование проблем разработки эффективной инвестиционной политики и анализ позитивных и негативных эффектов от ПИИ проведен также в работах западных экономистов Е. Боренштейна (E. Borensztein), Дж. Даннинга, Б. Ксу (B. Xu), Р. Е. Липси (R.E. Lipsey), И.А. Мусы (I.A. Moosa), М. Портера, П. Фишера.

Результаты исследований, посвященных тематике ПИИ, внесли существенный вклад в развитие теоретико-методологических основ организации и оптимизации процесса привлечения и эффективного использования иностранных инвестиций. Однако возникает вопрос, можно ли реализовать такую модель промышленной политики, которая решит задачу эффективного заимствования и сведет к минимуму проявление отрицательных эффектов не только в долгосрочном периоде.

Проблемы развития автомобильной промышленности, специфики функционирования иностранных и отечественных предприятий рассмотрены в работах многих отечественных ученых и практиков. Роль автомобильной промышленности и влияние её развития на экономику России оценивается в работах В.Б. Кондратьева, И.С. Туревского, а также подробно рассмотрена в стратегии развития отрасли, подготовленной в ИНП РАН. За динамикой развития отрасли и её основными тенденциями следят многие консалтинговые компании, например, Boston Consulting Group, Ernst & Young, PriceWaterhouseCoopers. В теоретических исследованиях анализ отрасли и перспективы её развития приведены в трудах таких авторов, как Д.Ю. Иванов, К.К. Лебедев, Е.В. Погребняк, А.Р. Белоусов, С.Г. Митин. В этих работах говорится о том, что одним из путей развития отрасли является наращивание собственной конкурентоспособности (выпуск новых моделей, повышение качества и т.д.) с помощью иностранных технологий, зарубежных стандартов менеджмента в областях управления и

маркетинга. Разрабатывались и сценарии развития отрасли. В частности, такие сценарии были подготовлены Министерством промышленности и торговли, авторским коллективом ИНП РАН. В этих сценариях подробно рассмотрены производственные возможности отрасли, ее конкурентоспособные преимущества, основные тенденции, влияние иностранного инвестирования, пути развития комплекса. Однако ни в одной из стратегий акцент на необходимости заимствования и развития технологий автоэлектроники и нанотехнологий не ставится, не учитывается и фактор надвигающейся технологической революции.

Вопрос влияния ПИИ на автомобильную отрасль рассматривается и в работах П. Фишера. Иностранный опыт восстановления автомобильной промышленности с помощью ПИИ рассмотрен в работах А.Н. Ланькова, П. Дж. Баккли (Buckley P.J.), Р.Папшицки (Parzycki R.), Ч. Фанга (Fang Ch.)

Поскольку инвестиции в автомобильную промышленность России осуществляются, в основном, в форме создания совместных предприятий и строительства сборочных заводов, то требуется проведение подробного анализа функционирования различных режимов сборки автомобилей на территории РФ. Этому вопросу уделяется мало внимания со стороны ученых и практиков.

Выделенные актуальные проблемы влияния ПИИ на принимающую автомобильную отрасль обусловили выбор цели, объекта и предмета данного исследования.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы является разработка и обоснование методических положений по формированию таких условий привлечения прямых иностранных инвестиций в автомобильную промышленность России, при которых будет обеспечено долгосрочное повышение конкурентоспособности этой промышленности.

В соответствии с целями диссертационного исследования были поставлены и решены **следующие задачи:**

1. На основе сопоставительного анализа различных подходов к разработке и реализации промышленной политики, предусматривающей привлечение ПИИ, выявить наиболее подходящий для России вариант такой политики.
2. Используя ретроспективный анализ и элементы прогнозирования, исследовать тенденции развития автомобильной промышленности России, определить характеристики влияния ПИИ на это развитие, включая вклад различных режимов сборки.
3. Показать условия, при которых привлечение ПИИ в автомобильную промышленность позволит обеспечить ее конкурентоспособность не только в ближайшей, но и отдаленной перспективе, на основе обобщения зарубежного опыта выделить меры, способствующие переходу от импортозамещающей модели промышленной политики к экспортоориентированной.

4. На основе проведенного анализа разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности отечественной автомобильной отрасли с учетом долгосрочных закономерностей технологического развития.

Объект исследования. В качестве объекта диссертационного исследования выступает автомобильная промышленность РФ, причем упор делается на подотрасль по производству легковых автомобилей

Предметом исследования является влияние прямых иностранных инвестиций на развитие легкой подотрасли автомобильной промышленности РФ.

Теоретические и методологические основы исследования. Теоретическую базу диссертационного исследования составили основные положения экономической теории в области промышленной организации, научные труды отечественных и зарубежных ученых, теоретические концепции и практические разработки отечественных и зарубежных ученых по проблемам инвестиций и оценки их эффективности; законодательные и нормативно-правовые акты государственных органов Российской Федерации.

Методология исследования основывается на использовании методов экспертных оценок, экономического, логического, сравнительного, математического, статистического и регрессионного анализа. При решении поставленных задач применялись также методы сравнения, обобщения, анализа и синтеза.

Информационную базу исследования составили официальные данные Федеральной службы государственной статистики, научная литература, данные ведущих международных и статистических агентств, открытые данные мировых автопроизводителей в средствах печати и Интернет-источниках, материалы научных конференций и семинаров, данные аналитических отчетов экспертов, аналитическая информация международных консалтинговых компаний.

В качестве нормативной базы, исследования используются законодательные и нормативные акты РФ.

В работе использованы также официальные и аналитические материалы Министерства экономического развития РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, годовые отчеты Росстата РФ, статистические и аналитические материалы по экономике России.

В информационную базу исследования включены и результаты собственных исследований и расчетов автора настоящей диссертации.

Научная новизна диссертационного исследования базируется на применении системного подхода к анализу эффектов и факторов расширения сферы ПИИ, позволившего выявить и раскрыть взаимодополняющий характер импортозамещающей и экспортоориентированной промышленной политики, в частности, обосновать необходимость

наряду с привлечением ПИИ в развитие российской автомобильной промышленности разработки собственных перспективных отраслевых технологий.

Наиболее существенными являются следующие результаты, характеризующие научную новизну диссертации:

1. В результате обобщения опыта развития зарубежного автомобилестроения показано, что в теоретической дискуссии об эффективности импортозамещающей и экспортоориентированной промышленной политики следует перейти от противопоставления этих вариантов промышленной политики к определению условий их последовательного использования при решении задач модернизации экономики. Обосновано, что нашей стране необходим плавный переход от импортозамещающей модели промышленной политики к экспортоориентированной.

2. Выявлены тенденции развития легкой подотрасли автомобильной промышленности России в условиях привлечения ПИИ, выразившиеся в постепенном переходе от крупноузловой сборки к импорту технологий, к формированию стратегических альянсов.

3. Обосновано, что для решения с помощью ПИИ накопившихся в отрасли проблем нельзя ограничиваться практикуемой до сих пор регламентацией общего уровня локализации без учета ее технологических характеристик. Показано, что привлечение ПИИ для модернизации автомобилестроения должно быть направлено на локализацию производства наиболее сложных узлов и агрегатов (двигателей внутреннего сгорания, коробок переключения передач, автомобильной электроники и др.).

4. Показано, что для достижения долгосрочных позитивных результатов привлечения ПИИ, они должны сопровождаться проведением в принимающей стране НИОКР, ориентированных на создание новых перспективных технологий. В частности, для повышения российской доли добавленной стоимости в автомобильной промышленности необходимо своевременное развитие в стране соответствующих нанотехнологических производств.

Теоретическая и практическая значимость состоит в том, что предложенные в работе рекомендации по инвестиционной политике, направленные на стимулирование положительного воздействия прямых иностранных инвестиций (ПИИ) на экономику принимающей страны, могут быть использованы Министерством экономического развития РФ, Министерством регионального развития РФ и Министерством промышленности и торговли РФ при разработке стратегии повышения конкурентоспособности российской автомобильной промышленности на мезоуровне и на макроуровне. Ряд выводов диссертационного исследования может быть распространен на другие отрасли машиностроения России, испытывающие аналогичные с автомобилестроением трудности (технологическое отставание, моральный и физический износ производственного

оборудования, недостаток высококвалифицированных рабочих, инженерных кадров и перспективного кадрового потенциала, неразвитость рынка комплектующих, дефицит инвестиций в НИОКР).

Результаты диссертационного исследования могут использовать предприятия автомобилестроительного комплекса для разработки инвестиционной политики.

Полученные результаты и выводы целесообразно использовать в учебных курсах по промышленной политике.

О теоретической значимости диссертации свидетельствует тот факт, что исследование ведется в русле продолжающихся дискуссий о выборе путей развития российской промышленности. Эти дискуссии охватывают и вопрос распределения усилий по развитию традиционных и новейших отраслей, и проблему выбора направления вектора развития отрасли на открытую экономику или на внутренний спрос.

Апробация работы. Основные положения работы и результаты исследования докладывались автором на семи научных конференциях: X и XIII Всероссийский симпозиум «Стратегическое планирование и развитие предприятий» (Москва, 2009, 2012 гг.); III и V Международная научно-практическая конференция «Управление развитием крупномасштабных систем» (Москва, 2009, 2011 гг.); IX международная научно-практическая конференция «Исследование, разработка и применение высоких технологий в промышленности» (Санкт-Петербург, 2010 г.); XII международная научно-практическая конференция «Фундаментальные и прикладные исследования, разработка и применение высоких технологий в промышленности» (Санкт-Петербург, 2011 г.); Ежегодная международная научная конференция «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами в условиях рынка: методы, механизмы, инструменты и технологии» (Прага, 2013 г.).

Результаты исследования использовались при выполнении проекта РФФИ №13-06-00139.

Автором по теме диссертационного исследования опубликовано 12 научных работ: 6 статей, 3 из которых опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ, и 6 работ в форме тезисов конференций. Одна из статей опубликована за рубежом. Общий объем публикаций составляет 5,01 п.л., личный вклад автора – 4,02 п.л.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Общий объем диссертационного исследования составляет 154 страницы. Иллюстративно-справочный материал представлен в виде 18 таблиц, 23 рисунков и 3 приложений. Список литературы насчитывает 162 наименования на русском и английском языках.

Глава 1. Легковая автомобильная промышленность России и иностранный опыт модернизации автомобилестроения

Для того чтобы выявить причины низкой конкурентоспособности автомобильной промышленности России, определить основные тенденции изменений в ней, необходимо провести ретроспективный анализ отрасли. Подобный анализ российской промышленности, перспективы её развития представлены в трудах таких авторов как Д.Ю. Иванов, К.К. Лебедев, Е.В. Погребняк, А.Р. Белоусов, С.Г. Митин [Иванов, 2012; Лебедев, 2011; Погребняк, 2002; Митин, 1999.] В этих работах говорится о том, что отрасли необходимо наращивать собственную конкурентоспособность с помощью с помощью иностранных технологий, приходящих в отрасли вместе с прямыми иностранными инвестициями (ПИИ).

Низкая конкурентоспособность отечественной продукции привела к господству иномарок на российском автомобильном рынке. Кроме того, все больше производителей иномарок организует свое производство в России. В связи с этим возникает вопрос: каким будет влияние дальнейшего расширения сборки иномарок на автомобильную отрасль?

Проблеме заимствования технологий с помощью ПИИ уделяют внимание многие ученые-экономисты. О целесообразности заимствования иностранных технологий пишет В.М. Полтерович [Полтерович, 2009]. Согласно его мнению, именно принцип заимствования должен стать основой догоняющей стратегии развития экономики. В условиях отсталости страна может заимствовать уже готовые технологии и методы управления, не тратя средства на их разработку [Полтерович, 2007]. Поэтому России следует делать ставку на стратегию заимствования технологий и расширять, прежде всего, внутренний рынок.

О необходимости заимствований иностранных технологий и опыта говорилось и в работе коллектива ИМП РАН [Ивантер, 2005]. В 2005 г. была подготовлена стратегия развития автомобильной промышленности России, в которой одним из путей развития отрасли предлагалось наращивание собственной конкурентоспособности (выпуск новых моделей, повышение качества и т.д.) и обучение персонала при помощи иностранных технологий и зарубежных стандартов менеджмента в управлении и маркетинге.

На заимствовании технологий построена модернизация легковой автомобильной промышленности России и в «Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года»¹. В этой Стратегии рассматриваются причины низкой конкурентоспособности автопрома, такие как: устаревшие

¹ Источник: Минпромторг. Ссылка: [<http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral/10>]

производственные мощности; небольшие инвестиции в отрасль; отсутствие современной промышленности автокомпонентов; низкий кадровый потенциал и производительность труда. Способом снижения технологического разрыва и повышения конкурентоспособности автопрома в Стратегии названо активное привлечение иностранных партнеров, организация многочисленных совместных предприятий.

Опыт таких стран как Япония, Южная Корея, Китай подтверждает тот факт, что промышленность можно восстановить на основе ПИИ. Это подтверждено в работах А.Н. Ланькова, П. Дж. Баккли, Р. Папшицки, Ч. Фанга [Ланьков,2002; Buckley, 2007; Parzycki, 2006; Fang,2009].

В первую очередь необходимо понять, стоит ли направлять иностранные инвестиции в автомобильную промышленность. Существуют различные мнения в отношении отраслей, которые в первую очередь нуждаются в защите, поддержке и ПИИ. Например, по оценкам экспертов ВЭФ из Гарвардского университета, России нужно защищать такие отрасли как автопромышленность, авиапромышленность, электроника и текстильная промышленность [Кашин, 2012]. Этому вопросу в своем исследовании также касался П. Фишер. Он считает, что к наилучшему результату приведёт направление ПИИ в отрасли «звёзды» и «знаки вопроса»². Это позволит сделать наибольший прорыв в повышении конкурентоспособности и занятости, создать быстрый и позитивный эффект роста ВВП. «Звёзды» - первоочередные адресаты ПИИ, которые необходимы для модернизации отечественных производственных мощностей. К отраслям-звёздам П. Фишер, в первую очередь, относит автомобильную промышленность [Фишер, 2002]. Поэтому требуется детально рассмотреть роль автомобильной промышленности в экономике страны.

1.1. Роль автомобильной промышленности в экономике страны

В развитых странах автомобильная промышленность является ведущей отраслью машиностроения, относится числу наиболее прибыльных отраслей народного хозяйства. К примеру, доля этой отрасли в машиностроительной продукции Южной Кореи достигает 10%, Японии – 12%, Германии – 14%. Еще выше эта доля в совокупном экспорте: в Японии – 25%, Германии – 20%, Южной Корее – 15% [Кондратьев, 2010].

Автомобили используются во многих сферах деятельности, являются одной из самых значимых составляющих транспортной системы страны.

² согласно матрице Бостонской консультативной группы (матрица БКГ), в основе которой лежит модель жизненного цикла товара, в соответствии с которой товар в своем развитии проходит четыре стадии: выход на рынок (товар-"знак вопроса"), рост (товар-"звезда"), зрелость (товар-"дойная корова") и спад (товар-"собака").

Во-первых, автомобильный транспорт играет важную роль в работе производственного комплекса страны. С помощью автомобильного транспорта осуществляется значительная часть грузоперевозок в народном хозяйстве, поскольку автомобильный транспорт, по сравнению с другими видами транспорта, обладает большей маневренностью. Благодаря этому качеству автомобили, преимущественно грузовые, удобно использовать для транспортировки грузов непосредственно от склада отправителя до склада получателя, без перегрузок с одного вида транспорта на другой; для доставки строительных грузов непосредственно к месту работ; для перевозок продукции к железнодорожным станциям и водным пристаням. Кроме того, использование автотранспорта для перевозок на короткие расстояния выгоднее, поскольку такие перевозки обладают меньшей себестоимостью по сравнению с воздушным, водным и железнодорожным транспортом [Туревский, 2011].

Во-вторых, продукция легкового автомобилестроения пользуется огромным спросом: миллионы автомобилей принадлежат гражданам. Росту спроса на автомобили в России способствует ряд обстоятельств. Среди них можно назвать массовое смещение городского населения в пригородные районы, строительство второго жилья на собственных земельных участках. Отсюда вытекает необходимость регулярных загородных поездок, которая в свою очередь диктует необходимость приобретения личного транспорта. Ещё одним фактором стал мобильный образ жизни. Население России всё больше стремится к возможности самостоятельного и независимого передвижения в пространстве. При этом потребность в автомобиле зачастую оказывается важнее многих других материальных потребностей населения. Именно рост потребления домашних хозяйств в последние годы обеспечивал основную часть прироста конечного спроса и ВВП. При этом наиболее динамично растущими направлениями потребительского спроса являлись товары длительного пользования, в частности легковые автомобили.

В-третьих, автомобильная промышленность является наукоемкой и высокотехнологичной, обеспечивающей заказами смежные отрасли. Следовательно, развитие автопрома повлечет за собой развитие смежных производств. Однако внедрение в автомобильную промышленность инноваций потребует от «смежников» соответствия качества выпускаемой ими продукции этим инновациям. Это станет стимулом для поставщиков комплектующих совершенствовать свои производства. В России с автомобильной промышленностью тесно связаны такие смежные отрасли как металлургия, химическая и нефтехимическая промышленность, электроника.

В-четвертых, автомобильная промышленность и смежные с ней отрасли обеспечивают высокий процент занятости. Одно место в автомобильной промышленности создает до 10 рабочих мест в других отраслях экономики, а один доллар, затраченный в автомобильной промышленности, увеличивает совокупный валовой продукт страны на 3 долл. [Кондратьев, 2010].

Не стоит забывать и о том, что автомобилестроение является стратегически важной отраслью и от качества её продукции зависит оборонная мощь страны.

Таким образом, обобщив вышесказанное можно выделить следующие основные направления влияния автомобильной промышленности на экономику страны [Ивантер, 2005]:

1. наполнение значительной части потребительского спроса путем удовлетворения спроса населения на индивидуальные средства передвижения;
2. формирование широкого спектра сопряженного спроса, связанного с наличием автомобиля;
3. обеспечение большей части грузоперевозок в экономике страны;
4. развитие современной сети автодорог и дорожных коммуникаций;
5. формирование спроса на широкий спектр ресурсов и материалов, необходимых для производства автомобилей;
6. формирование спроса на продукцию отраслей, обслуживающих функционирование индивидуального и общественного автотранспорта, дорог и коммуникаций;
7. формирование требований к структуре и качеству продукции сопряженных отраслей.

Все это в совокупности выводит автомобильную промышленность на одну из передовых позиций в мировой экономике. Применительно к этому можно добавить, что не существует ни одной крупной развитой экономики (с численностью населения более 50 млн. человек) не имеющей на своей территории масштабной автомобильной промышленности. Кроме того, можно заметить, что и развивающиеся экономики крупных государств, таких как Китай, Индия, Бразилия и Мексика также стремятся обеспечить высокий уровень развития автомобильной промышленности [Ивантер, 2005].

Автомобильная промышленность продолжает оставаться одной из важных составляющих и российской экономики. В 2008 году ее доля составила около 1% ВВП [Стратегия №319]. В настоящее время на долю автопрома приходится около 2% ВВП³. Но

³ Когогина А. Российские машины должны стать приоритетом в госзакупках // Официальный сайт партии Единая Россия, 22 января 2014, 11:03 / <http://er.ru/news/2014/1/22/kogogina-predlozhila-vvesti-prioritetnuyu-zakupku-otchestvennyh-tovarov/>

значимость этой отрасли намного превышает эти 2%. Значительная доля экономически активного населения России занята в автомобильной промышленности и смежных отраслях. По данным Интерфакса, в 2009 г. российская автомобильная промышленность объединяла 556 предприятий страны, в том числе малых, на которых работают 447,5 тыс. человек [Интерфакс, 2009]. По данным, предоставленным в «Стратегии развития автомобильной промышленности России на период до 2020 года», автомобилестроение обеспечивает около 400 тыс. рабочих мест непосредственно в компаниях-производителях автомобилей и комплектующих, около 1 млн. рабочих мест в зависимых и дилерских компаниях. Благодаря мультипликативному эффекту автомобилестроение обеспечивает рабочими местами около 4,5 млн. человек в смежных отраслях [Стратегия №319].

Поскольку легковая промышленность занимает более 80% как в структуре производства, так и в структуре продаж автомобилей в России, далее речь пойдет только о легкой автомобильной промышленности.

Для того чтобы определить основные направления развития этой отрасли машиностроения, в первую очередь необходимо понять, какие процессы происходили в ней раньше, какие происходят сейчас, какие пути развития уж были пройдены и какие результаты были достигнуты. Для достижения этой цели была изучена история отечественного легкового автомобилестроения (см. Приложение 1) и динамика его развития.

Для анализа динамики развития автомобильной промышленности был применен анализ временных рядов. Основа анализа рядов динамики – вычисления характеристик интенсивности изменения временного ряда: абсолютный прирост, темп роста и темп прироста (см. табл. 1.1).

Таблица 1.1 Основные показатели динамики

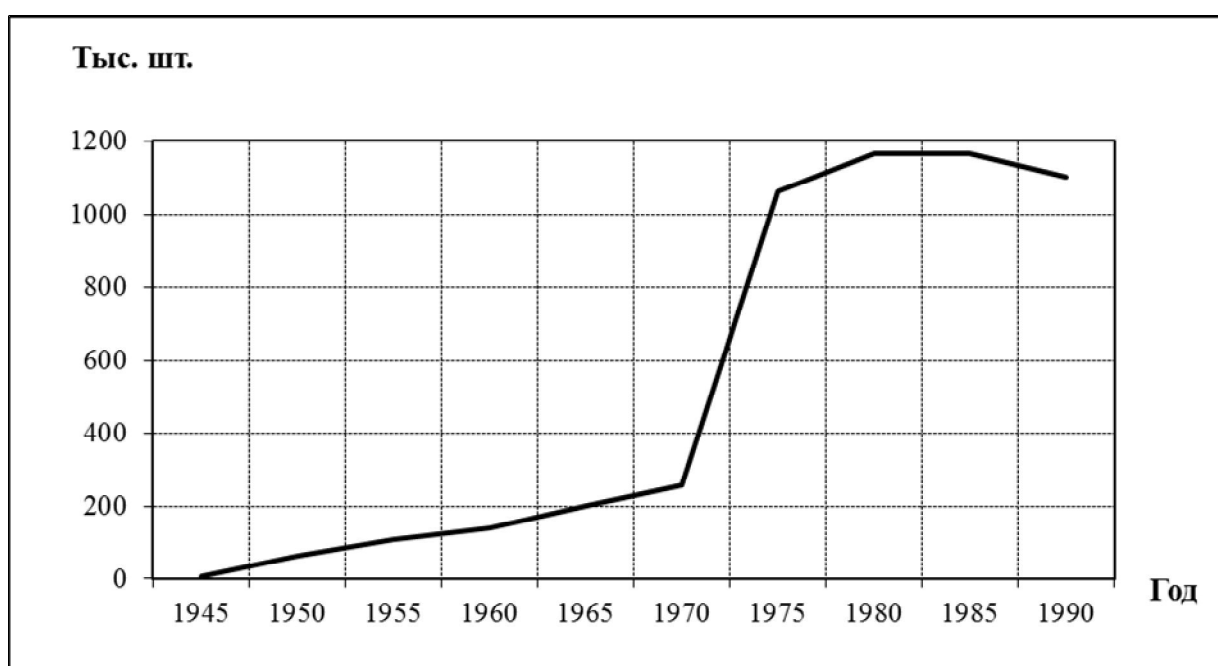
	Абсолютный прирост	Темп роста	Темп прироста
Цепной	$\Delta_t^u = y_t - y_{t-1}$	$T_t^u = \frac{y_t}{y_{t-1}} \cdot 100\%$	$K_t^u = T_t^u - 100\%$
Базисный	$\Delta_t^b = y_t - y_0$	$T_t^b = \frac{y_t}{y_0} \cdot 100\%$	$K_t^b = T_t^b - 100\%$
Средний	$\bar{\Delta} = \frac{y_n - y_1}{n - 1}$	$\bar{T}_t = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \cdot 100\%$	$\bar{K} = \bar{T} - 100\%$

Источник: [Васнев, 2001]

1.2. Динамика развития легковой автомобильной промышленности России

Первоначально автомобилестроение в России было нацелено на обеспечение нужд обороны и строительства предприятий, предоставляя легковые автомобили лишь для государственных органов. Но по окончании войны восстановление автопрома стало приоритетной задачей. Производство легковых машин стало расти высокими темпами [Иванов, 2012].

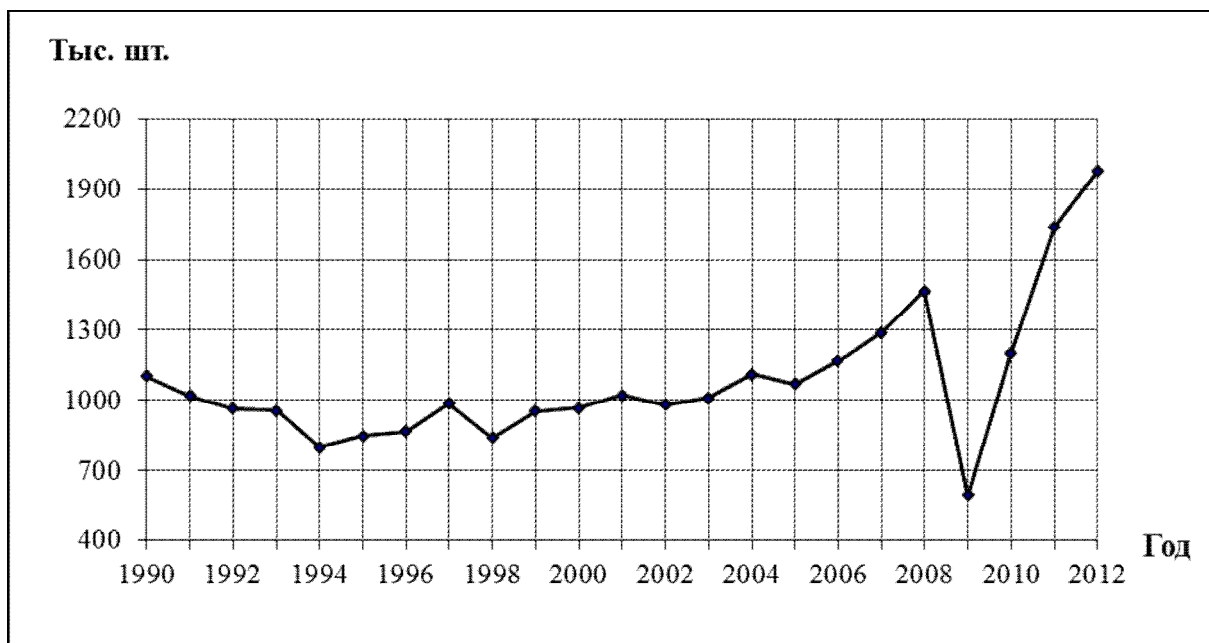
На протяжении всех послевоенных лет автомобильная промышленность наращивала объем выпуска продукции, а после распада СССР объем производства автомобилей начал сокращаться. Общая нестабильная экономическая и политическая обстановка, сложившаяся в стране в те годы, привела к замедлению темпов роста. А открытие для зарубежных производителей внутреннего рынка в 1992 году показало, что отрасль сильно отстала, поскольку весь советский автопром был нацелен только на внутреннее производство (см. рис.1.1).



Источник: [Иванов, 2012; РСЕ, 2003]

Рис. 1.1. Динамика производства легковых автомобилей в СССР с 1945-1990 гг.

За период с 1991 - 1994 гг. произошло существенное сокращение производства автомобилей, которое начало восстанавливаться только в 1995 году (см. рис.1.2).



Источник: Автостат

Рис. 1.2. Динамика производства легковых автомобилей в России с 1990-2011 гг.

Стабильный рост производства начался в 1999 году и не прекращался вплоть до кризисного 2009 г. За 10 лет выпуск легковых автомобилей увеличился практически в два раза. И, как видно из графика, производство автомобилей в России продолжает расти (см. рис 1.3). По нашим расчетам, средний темп прироста производства автомобилей – 8%.

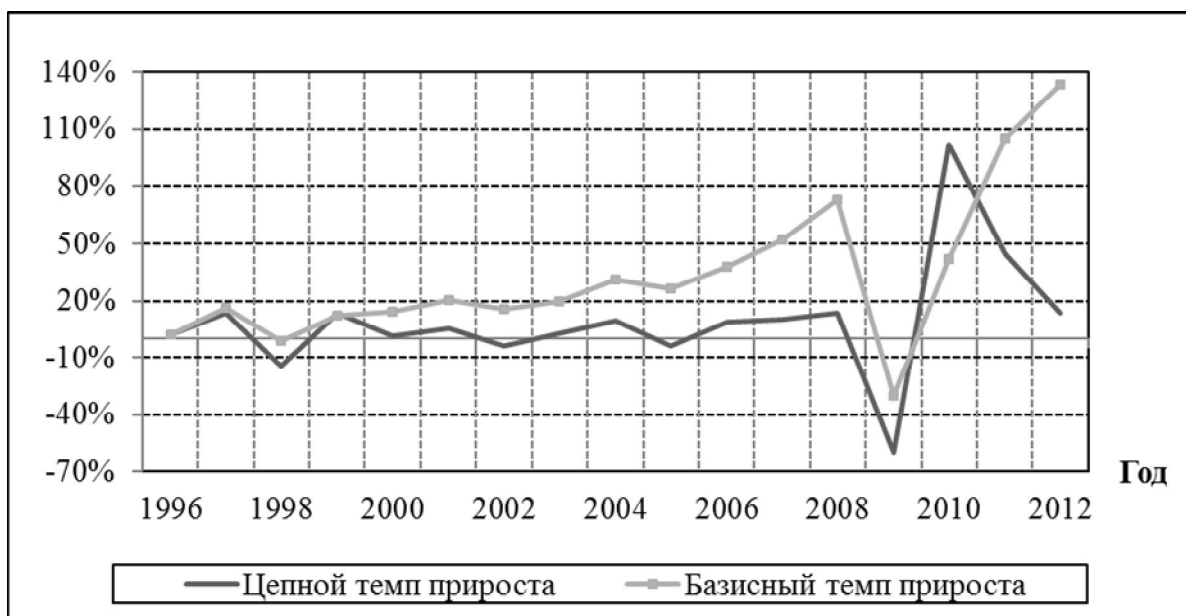


Рис. 1.3. Темп прироста производства легковых автомобилей

Правда, кризис 2009 снизил производство автомобилей вдвое, до уровня производства 70-х гг. Именно в этот период неконкурентоспособность отечественной автомобильной отрасли проявилась в полную силу.

В кризисном 2009 году и продажи автомобилей находились в состоянии «свободного падения». Относительно 2008 года продажи сократились на 50%. Внутренний спрос на автомобили резко упал в результате снижения располагаемых доходов и приостановки кредитования населения. Это был самый резкий спад среди крупнейших экономик.

Отечественные производители находились на грани банкротства и «остались на плаву» благодаря поддержке государства.

Кризис поставил Правительство России перед необходимостью остановить упадок отрасли, и Правительство приняло единственно верное решение – мотивировать мировых автопроизводителей к локализации производства России через совместные предприятия.

В результате реализации этой программы рост продаж возобновился и за три года (к 2012 году) достиг докризисного уровня.

Продажи легковых автомобилей в России постепенно приближаются к отметке в 3 млн. шт. Анализ объема продаж показал, что за 17 лет объем продаж легковых автомобилей вырос практически в 4 раза. Средний темп прироста составляет 5%. Аналитики The Boston Consulting Group прочат средний рост рынка автомобилей на уровне 6% вплоть до 2020 года. По их прогнозам, 2020 году продажи автомобилей должны составить 4,4 млн. шт., а Россия станет пятым по величине автомобильным рынком после Китая, США, Индии и Бразилии (в 2012 году Россия заняла 7-е место).

Конечно же, рост продаж на рынке продолжится, поскольку наблюдается оживление спроса на легковые автомобили, спроса на автокредиты. Кроме того, в России степень обеспеченности автомобилями все ещё достаточно мала – 271 автомобиль на 1000 человек, тогда как в США этот показатель достиг 641, а в Германии – 532. Не последнюю роль в ожидаемом росте играет устаревший автопарк: средний возраст автомобиля в России превышает 11 лет (в Европе - 7 лет).

Однако нельзя не отметить, что в последнее время темп прироста стал снижаться. В 2012 году он составил 10%, тогда как в 2010 году темп прироста был 37% (см. рис. 1.4). Это можно объяснить насыщением рынка автомобилей, поскольку темпы прироста емкости также снижаются (см. рис. 1.5).

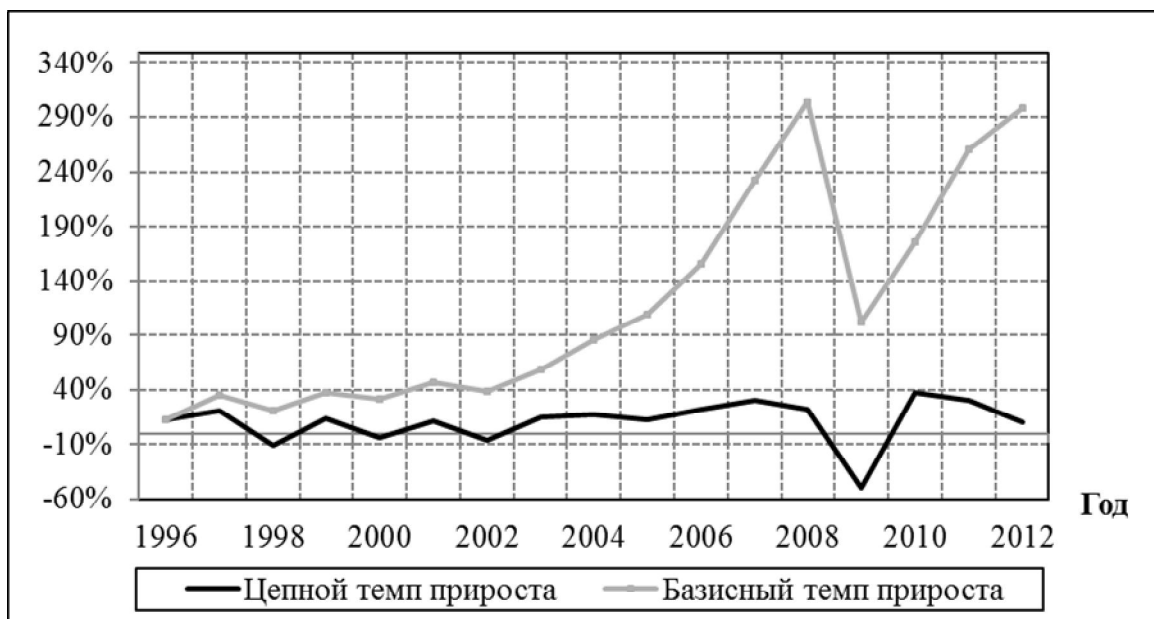


Рис. 1.4. Темп прироста продаж легковых автомобилей

Автомобильный рынок России характеризуется большой емкостью⁴. Емкость рынка оценивается в 2,76 млн. шт. Емкость рынка можно оценить по следующей формуле:

$$E = K \times C, \quad (1)$$

где K – количество товара, C – цена товар [Волкова, 2010].

Емкость автомобильного рынка растет: за 10 лет она увеличилась с \$10 млрд. до \$75 млрд. (см. рис. 1.5)



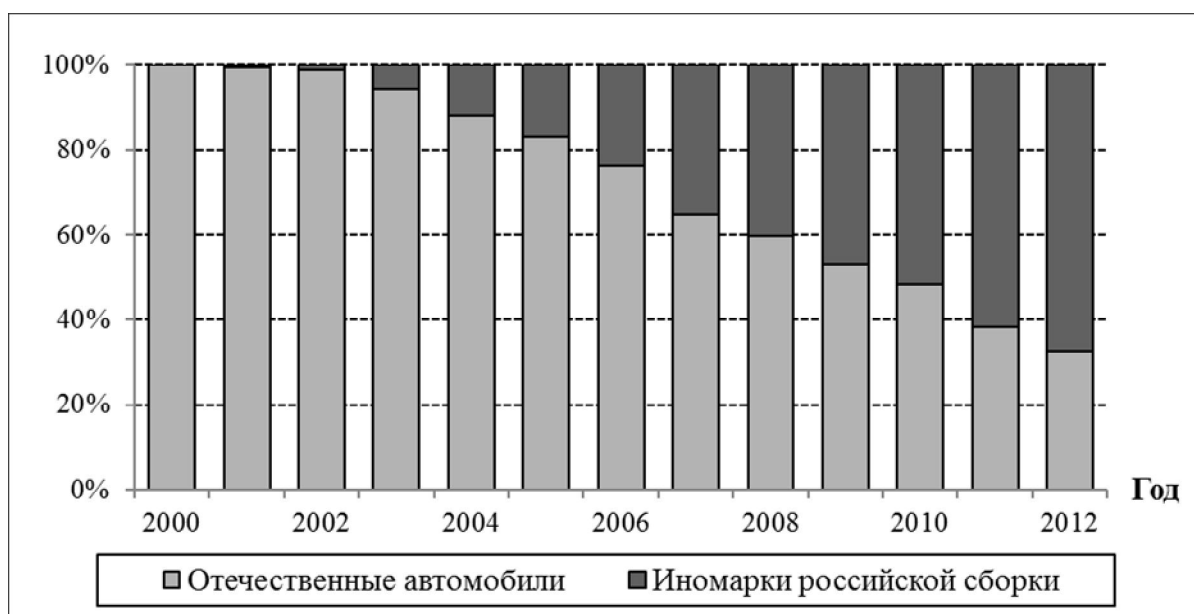
Источник: основано на данных PWC

Рис. 1.5. Емкость рынка новых автомобилей России

⁴ Емкость рынка — это потенциально возможный объем продаж определенного товара при определенном уровне цен в течение заданного периода времени [Райзберг, 2007].

До 1996 г. Легковая автомобильная промышленность России была представлена только отечественными производителями – ГАЗ, АвтоВАЗ, АЗЛК, Иж-Авто. В 1996 г. в России появилось первое автосборочное предприятие, собирающее автомобили из крупных узлов, а в 2002 году – предприятие, функционирующее уже в режиме промышленной сборки (РПС). В 2005 году было принято постановление правительства №166 о промышленной сборке иномарок [Постановление № 166]. В 2009 году для восстановления отрасли Правительством РФ было принято важное вешение – мотивировать лидеров автомобильной промышленности к созданию совместных производств с отечественными компаниями, а не превратить страну в 100% импортера или сделать автопром единым госпредприятием (как в авиакосмической отрасли).

Таким образом, начиная с 2002 года, доля российских предприятий в структуре совокупного производства автомобилей в России постепенно сокращается (см. рис. 1.6).

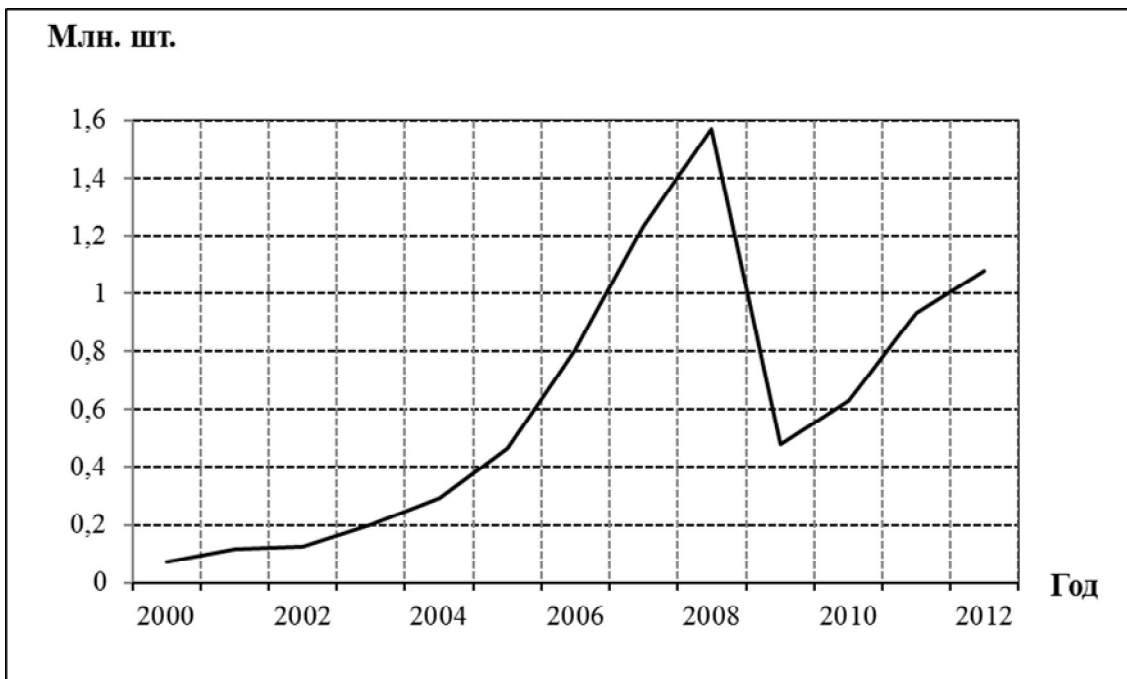


Источник: Автостат, PWC

Рис. 1.6. Структура производства легковых автомобилей в России

В 2010 году впервые доля иномарок российской сборки превысила долю отечественных автомобилей в объеме производства. В 2011 году она составила 62%, отечественных автомобилей было произведено 671 тыс. шт., ИРС – 1066 тыс. шт. [Владимирский, 2012]. В 2012 году тенденция не изменилась: иномарки заняли уже 68% в структуре производства.

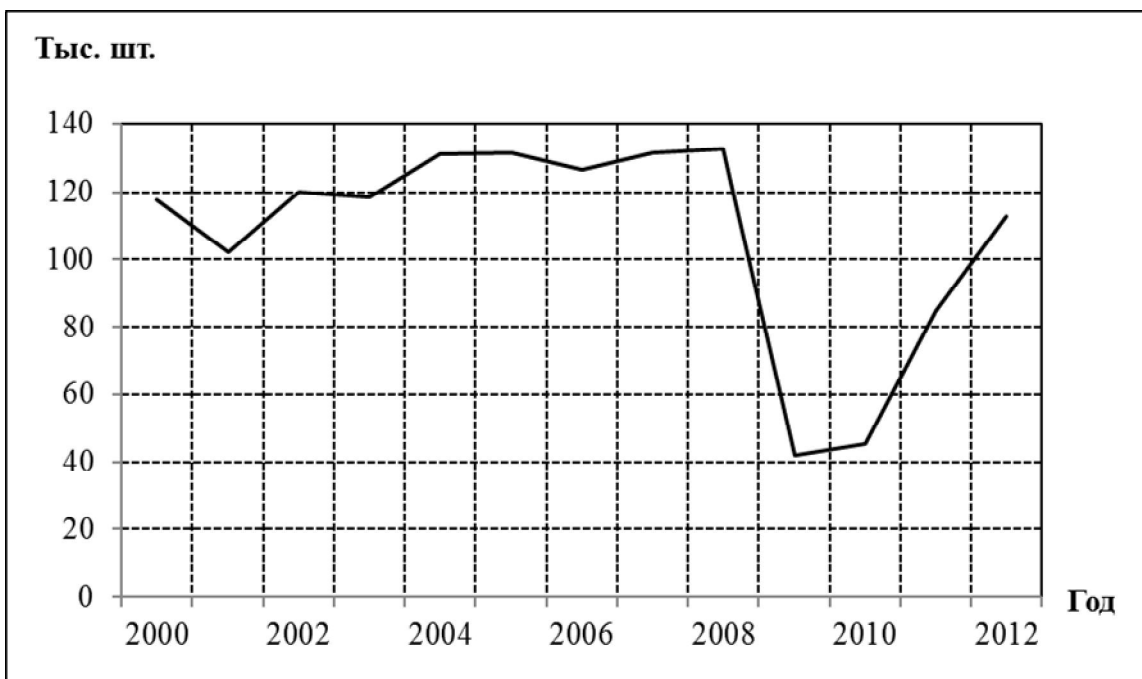
Сильнейшая конкуренция оказывается не только иномарками российской сборки, но и автомобилями зарубежного производства, ввоз в Россию которых возрастает с каждым годом (рис. 1.7.). В 2012 году импорт легковых иномарок снова превысил отметку в миллион автомобилей.



Источник: Федеральная служба государственной статистики, Автостат.

Рис. 1.7. Динамика импорта автомобилей

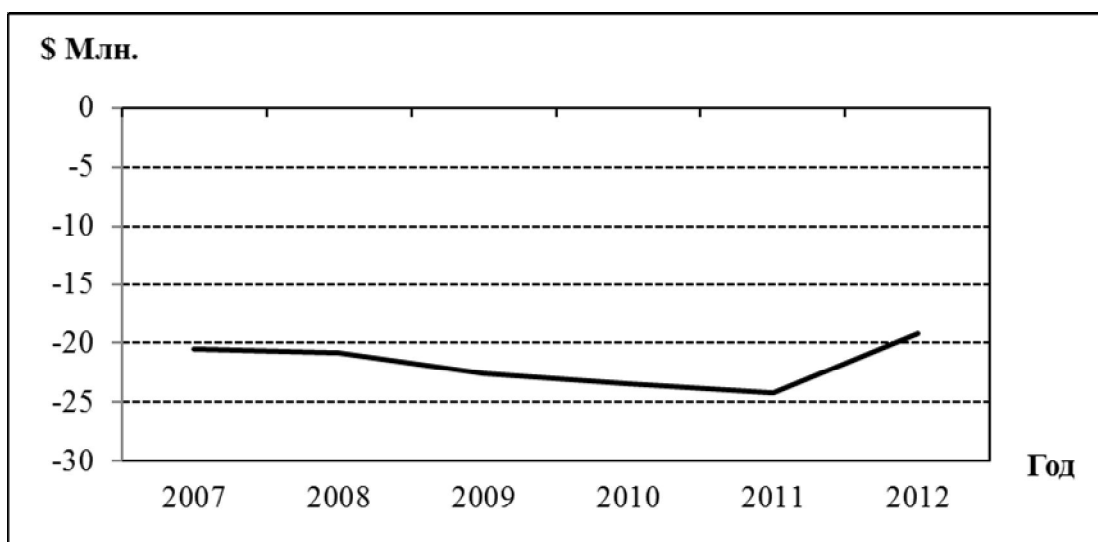
Однако экспорт также постепенно увеличивается



Источник: Федеральная служба государственной статистики, Автостат.

Рис. 1.8. Динамика экспорта автомобилей

Сальдо торгового баланса все ещё отрицательно, но за 2012 год разница между экспортом и импортом легковых автомобилей существенно сократилась (см. рис. 1.8). Причинами можно назвать одновременное снижение импорта и рост экспорта (в денежном выражении), что происходит за счет иномарок российской сборки.



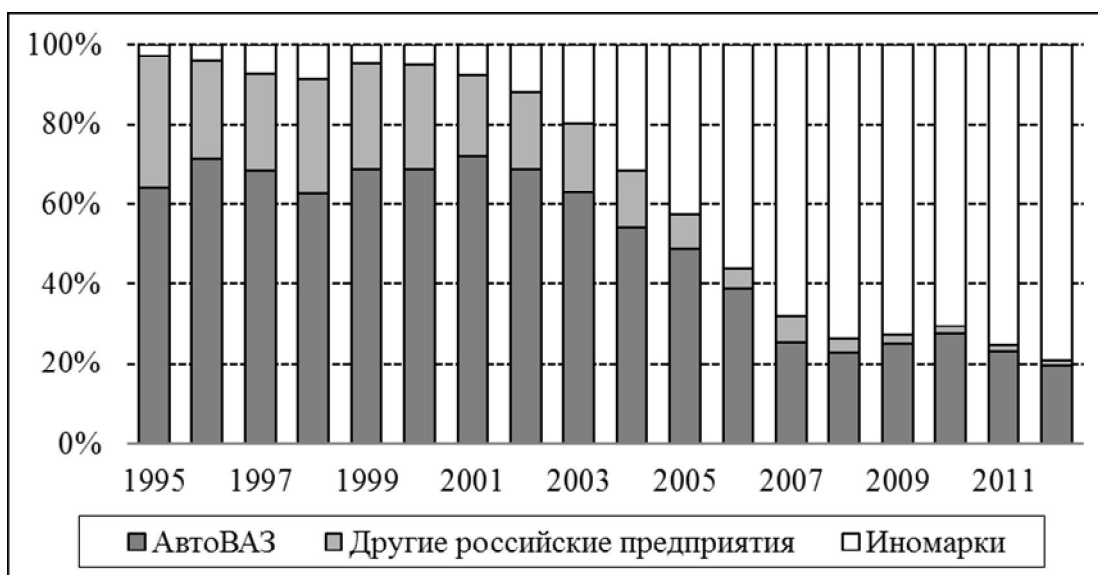
Источник

: Федеральная таможенная служба

Рис. 1.9. Сальдо торгового баланса

Иномарки вытесняют отечественные автомобили с внутреннего рынка (см. рис. 1.9). Высокий спрос на иномарки российской сборки подтверждает и структура продаж легковых автомобилей. По итогам 2012 года автомобили зарубежного производства заняли 71% в структуре продаж, тогда как доля иномарок в 2001 году составляла всего 8%.

Анализ абсолютных показателей продаж также свидетельствует о «победе» иномарок над отечественным автопромом.



Источник: Автостат

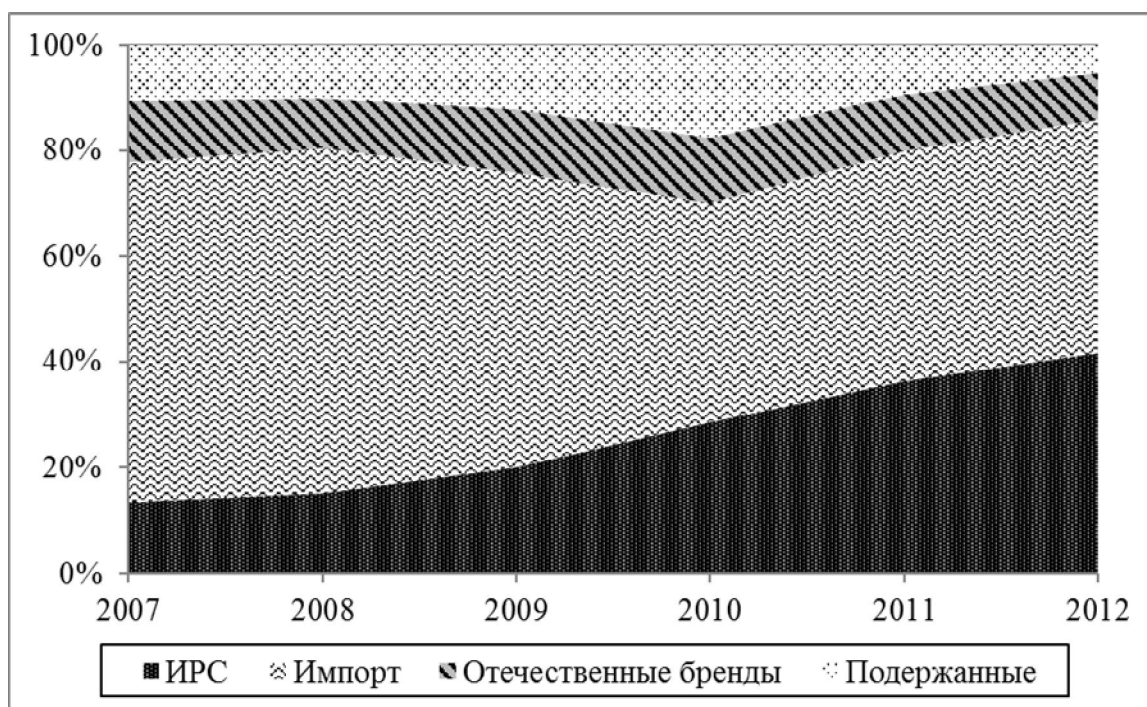
Рис. 1.10. Структура продаж легковых автомобилей на внутреннем рынке (в %)

Российский рынок легковых автомобилей можно сегментировать на три сектора: сегмент иномарок, сегмент АвтоВАЗа и сегмент прочих отечественных автомобилей. Начиная с 2002 года, когда в России стартовал режим промышленной сборки, сегмент

АвтоВАЗа постепенно снижается (см. рис 1.9). В 2010 году объем продаж АвтоВАЗа оказался даже ниже объема продаж иномарок российской сборки (ИРС) – было продано 555 тыс. отечественных автомобилей против 605 тыс. шт. ИРС [Рут, 2011]. Эта тенденция продолжилась. В 2011 объем продаж автомобилей отечественных брендов составил 620 тыс. шт., ИРС продано 1040 тыс. шт. [Рут, 2012]. В 2012 году было продано 580 тыс. автомобилей отечественных брендов и 1215 тыс. шт. ИРС [Рут, 2013].

Таким образом, сегмент иномарок неуклонно растет. В 2012 году иномарки заняли практически 80% рынка легковых автомобилей (см. рис 1.9), а доля АвтоВАЗа упала ниже 20% отметки. Что касается других отечественных предприятий, то их доля в структуре продаж стремится к нулю: по итогам 2012 года она составила 1,5%.

ИРС увеличивают свою долю и в стоимостной структуре продаж (см. рис. 1.10). На 2012 год она уже составила 68%



Источник: АСМ-Холдинг, PWC

Рис. 1.11. Стоимостная структура продаж легковых автомобилей (в %)

В региональном срезе по продажам новых иномарок, конечно же, лидирует Москва и Московская область: 33% новых иномарок в России по итогам 2012 года продано в этом регионе. На втором месте Ленинградская область и Санкт-Петербург (9%), далее Свердловская область (4%), Краснодарский край (4%), Тюменская область (4%) и Татарстан (3%)⁵.

⁵ По данным агентства Автостат

Доля продаж новых иномарок в структуре продаж регионов выглядит следующим образом [Целикова, 2012]:

1. Москва - 96%
2. Московская область - 92%
3. Санкт-Петербург - 94%
4. Республика Татарстан - 61%
5. Краснодарский край - 79%
6. Свердловская область - 84%
7. Самарская - 61%
8. Республика Башкортостан - 70%
9. Челябинская область - 76%
10. Ростовская область - 80%

Осуществляется сегментация рынка автомобилей и по другим признакам. Сегменты часто используются производителями для определения места автомобиля на рынке. Цель такого сегментирования, состоит в определении групп потребителей со сходными требованиями.

В разных странах мира исторически сложились и применяются в настоящее время различные системы классификации легковых автомобилей, использующие в качестве оснований классифицирования различные параметры — габаритные размеры, полезный объем пассажирского салона, массу, рабочий объем или мощность двигателя, место на потребительском рынке, цену на рынке и т.д.

В российской автомобильной промышленности до сих пор применяется советская система деления легковых автомобилей на классы в зависимости от объема двигателя — Единая отраслевая норма ОН 025270-66 от 1966 года (далее «Норма»).

Таблица 1.2. Система классификации легковых автомобилей в СССР

Цифра	Класс	Рабочий объем двигателя, см ³
1	Особо малый	до 1,2
2	Малый	1,3-1,8
3	Средний	1,9-3,5
4	Большой	От 3,5
5	Высший	Не регламентировался

Источник: [Порватов, 2010]

В соответствии с «Нормалью» класс автомобиля обозначается по следующей схеме: «Название завода» — abcd, где a — класс автомобиля (согласно табл. 1.2); b — тип автомобиля (легковой (1), автобус (2), грузовой (3), тягач (4) и т.д.); c и d — номер модели.

Например, ВАЗ-2101 означает, что автомобиль произведен на Волжском автомобильном заводе, малого класса, легковой, 1-й модели.

Однако большинство автозаводов оставляют её лишь для внутреннего пользования (поскольку «Нормаль» применяется для определения типа автомобиля при налогообложении). Например, новые модели АвтоВАЗа более известны под буквенными обозначениями (Lada Kalina, Priora, Granta, Largus), а их цифровые обозначения применяются преимущественно во внутривозвездской документации.

В последнее время становится все более популярной классификация Европейской экономической комиссии, но не менее распространены системы классификации США и Англии. Кроме того, организация EuroNCAP применяет для проходящих краш-тесты моделей собственную классификацию деления автомобилей по актуальным для пассивной безопасности параметрам — размерам, массе и типу кузова. Сравнение этих четырех классификаций приведено в Приложении 2.

Согласно Европейской классификации рынок пассажирских автомобилей делится на 9 сегментов (см. табл. 1.3).

Таблица 1.3. Сегментация рынка автомобилей согласно классификации Европейской экономической комиссии

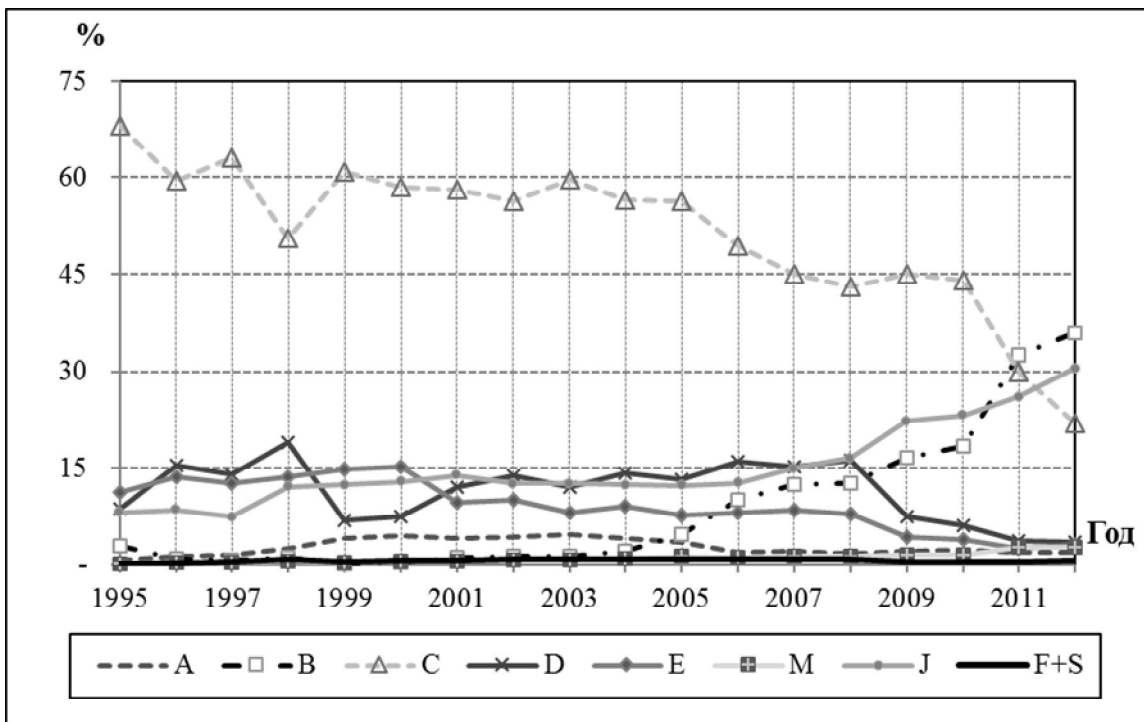
Класс	Расшифровка
A	Mini cars («мини-класс»)
B	Small cars («малый-класс»)
C	Medium cars («средний класс», «гольф-класс»)
D	Larger cars («большой класс»)
E	Executive cars («бизнес-класс»)
F	Luxury cars («представительский класс»)
S	Спорткары / купе / кабриолеты;
M	Multi-purpose cars (минивэны);
J	Sport utility cars (кроссоверы и внедорожники)

Источник: Regulation (Eec) No 4064/89 Merger Procedure⁶

За 17 лет структура продаж легковых автомобилей по классам претерпела некоторые изменения (см. рис. 1.11)

Если в 1995 году автомобили С-класса занимали львиную долю рынка – 68%, сейчас их доля опустилась до 22%. Заметно выросли доли автомобилей класса В и J. Если в 1995 году В-класс занимал около 3% рынка, а J – 8,1%, то к 2012 году доля класса В увеличилась до 36%, а класса J до 30,5%. Отечественный автопром пока представлен на рынке только в 4-х классах: А, В, С и J.

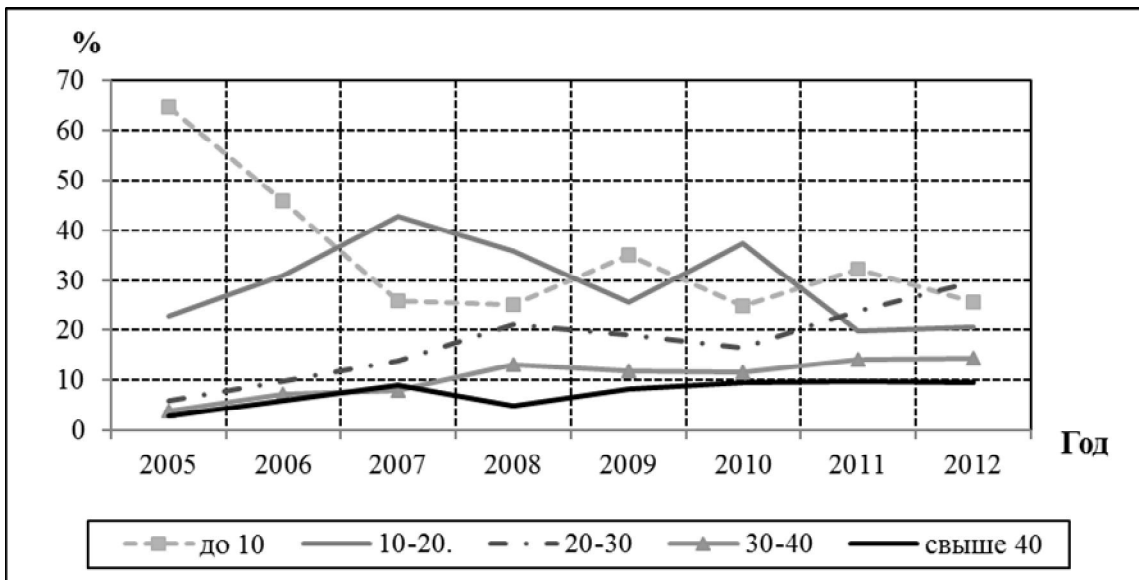
⁶ Commission of the European Communities. Regulation (EEC) no. 4064/89: merger procedure: case no. IV/M.697 : Lockheed Martin/Loral Corporation : article 6(1)(b) : non-opposition. - Office for Official Publications of the European Communities, 1996



Источник: АСМ-Холдинг

Рис. 1.12. Структура продаж автомобилей в России по классам

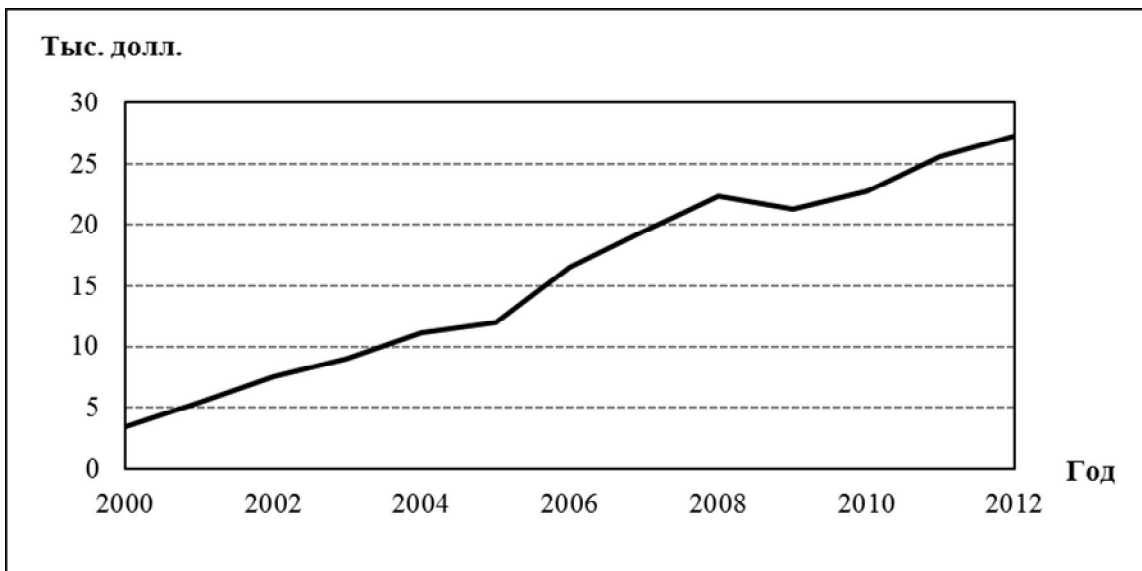
Ещё одним видом сегментации рынка является ценовое разделение. Обычно выделяют 5 сегментов: менее \$10 тыс.; от \$10-20 тыс.; от \$20-30 тыс.; от \$30-40 тыс.; свыше \$40 тыс. В последнее время наблюдается тенденция смещения спроса на автомобили в более дорогие сегменты (см. рис 1.12).



Источник: Автостат

Рис. 1.13. Ценовая сегментация российского рынка легковых автомобилей

Кроме того, средневзвешенная стоимость нового автомобиля постоянно растет (см. рис. 2.8). За 10 лет цена увеличилась на \$20 тыс. (практически в 4 раза). В середине 2013 году она уже достигла \$28 тыс (см. рис. 1.13).



Источник: Автостат

Рис. 1.14. Средневзвешенная стоимость легкового автомобиля

Цена, по расчетам компании «Nielsen», является одним из основных решающих факторов при покупке автомобиля (см. рис. 1.14). Основное преимущество отечественных автомобилей – низкая цена, поэтому они представлены в двух ценовых нишах: до \$10 тыс. и от \$10-20 тыс. [Автобизнес, 2012].





Рис. 1.15. Факторы, влияющие на выбор автомобиля российским потребителем⁷

Так же по гистограмме видно, что достаточно большое значение для потребителя имеет стоимость владения автомобилем⁸.

Проблема определения стоимости владения, как правило, возникает в момент принятия решения о покупке автомобиля, поскольку любой потребитель имеет определенные бюджетные ограничения и стремится выбрать оптимальный вариант. Конечно же, оценка затрат имеет прогнозный характер, но именно она может стать основной причиной выбора той или иной модели [Зобнин, 2012].

В стоимость владения автомобилем входят следующие расходы: техническое обслуживание и ремонт, страхование, налоги, ставка кредита, расходы на стоянку. Часто при расчете стоимости владения включают и расход топлива.

В настоящее время, по оценке компании PWC, стоимость владения автомобилем в России на 36% превышает стоимость владения автомобилем в США. Можно выделить факторы как положительно, так и отрицательно влияющие на стоимость владения автомобилем в России.

Среди положительных факторов можно отметить:

- специальные предложения по кредитованию от автобанков;
- тенденцию к снижению среднего расхода топлива на новых автомобилях;
- снижение стоимости технического обслуживания у официальных дилеров;
- введение системы «бонус-малус» страховыми организациями.

⁷ АВТОРУСЬ. Российские автолюбители предпочитают комфорт. / "Кузов"// <http://www.kuzov-media.ru/articles/6549/>

⁸ Стоимость владения – общая величина целевых затрат, которые вынужден нести владелец с момента начала реализации вступления в состояние владения до момента выхода из состояния владения и исполнения владельцем полного объема связанных с владением обязательств [Зобнин, 2012].

Однако негативных факторов все же больше. Среди них:

- высокие ставки по автокредитам (14-16% против 4,1-4,6% в США);
- постоянное увеличение цен на бензин и дизель;
- увеличение транспортного налога и стоимости техосмотра;
- введение утилизационного сбора;
- рост стоимости парковок и гаражей;
- увеличение стоимости ОСАГО;
- значительное увеличение штрафов [Рут, 2011].

Высокие налоги, дорогие кредиты и страховки, большие потери стоимости автомобиля из-за плохих дорог и частых ДТП оказывают большое влияние на стоимость владения автомобилем. В России она абсолютном выражении выше, чем в таких развитых странах, как Великобритании и США.

Для иллюстрации этих выводов аналитики PWC произвели сравнение затрат на покупку и обслуживание ходового автомобиля Volkswagen Golf в популярной комплектации (бензиновый двигатель и автоматическая коробка передач) в этих странах (см. табл. 1.4).

Таблица 1.4. Стоимость владения иномаркой гольф-класса

	США	Великобритания	Россия
Стоимость автомобиля, включая налог (тыс. руб.)	716	959,2	744
Расход топлива (л/100 км)	8,2	6,8	6,8
Потеря стоимости (% от первоначальной стоимости)	50	50	60
Годовая ставка кредита (на 3 года при первоначальном взносе 50%)	2,7	5,7	14,2
Среднее значение затрат на три года (руб./год)			
Потеря стоимости	119 342	159 876	148 800
Проценты по кредиту	5 749	18 562	36 770
Топливо	48 121	70 764	33 980
Страхование (каска + ОСАГО)	35 856	40 054	64 384
Техническое обслуживание (плановое)	12 558	8 548	16 173
Налоги и сборы	1 816	6 399	4 672
Итого средняя стоимость в год	223 445	304 204	304 779

Источник: [Виноградова, 2013]; PWC

Чтобы снизить стоимость владения, россияне отказываются от КАСКО и обслуживаются у неофициальных дилеров, что негативно влияет на качество автопарка и безопасность дорожного движения.

Таким образом, стоимость владения автомобилем становится одним из факторов, сдерживающих рост автомобильного рынка. Чем ниже этот показатель, тем выше объемы

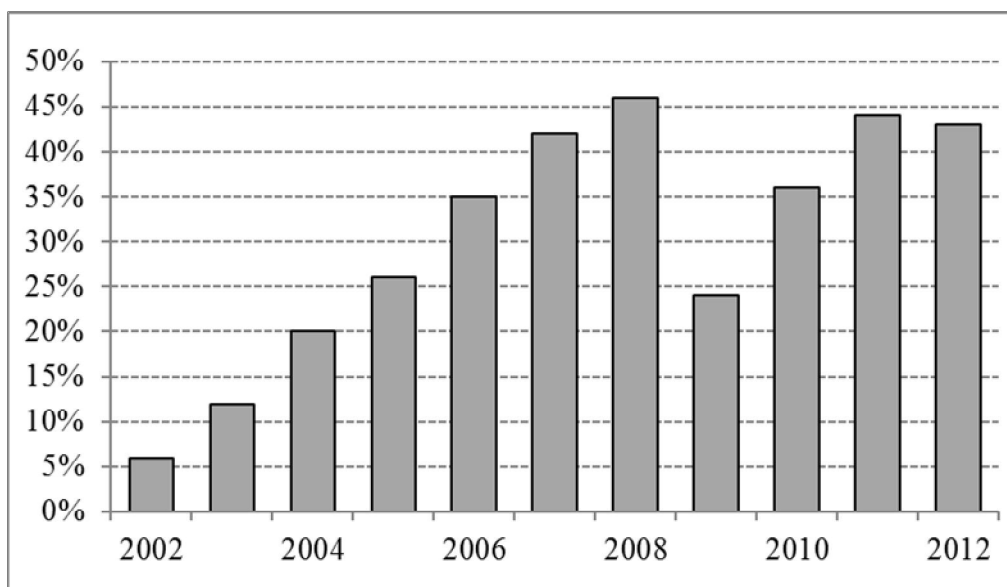
продаж автомобилей, связанных товаров и услуг, и быстрее обновляется автопарка за счет замещения новыми автомобилями.

Управлять стоимостью владения может государство может, регулируя налоги (транспортный налог, утилизационный сбор, акцизы на топливо), штрафы и стоимость парковки, субсидируя ставки по кредитам и регулируя ценообразование в страховых компаниях, развивая утилизационные производства и стимулируя производство автокомпонентов из вторсырья. Кроме того, по сравнению с другими странами, в России на 20–30 % завышены цены на запчасти. Решить эту проблему можно с помощью ужесточения антимонопольного законодательства [Грамматчиков, 2013].

Большую долю в стоимости автомобиля, как видно из таблицы 2.10 занимает и стоимость кредитов.

Автокредитование продолжает оставаться основной движущей силой российского автомобильного рынка. Рынок автокредитования в России динамично развивается, представляя в настоящее время один из наиболее востребованных продуктов банковской розницы. По оценке E&Y, в 2012 году он вырос на 20% и в стоимостном выражении составил \$26 млрд.

Объем продаж новых легковых автомобилей растет именно за счет притока на рынок кредитных ресурсов. Оценивая ситуацию на рынке в можно констатировать, что практически каждый второй автомобиль продается сейчас с использованием кредитных схем (см. рис. 1.15).



Источник: Автостат, PWC

Рис. 1.16. Доля «кредитных» автомобилей в общем объеме продаж

Из-за падения продаж автомобилей после кризиса Министерство промышленности и торговли было вынуждено возобновить программу льготного кредитования⁹.

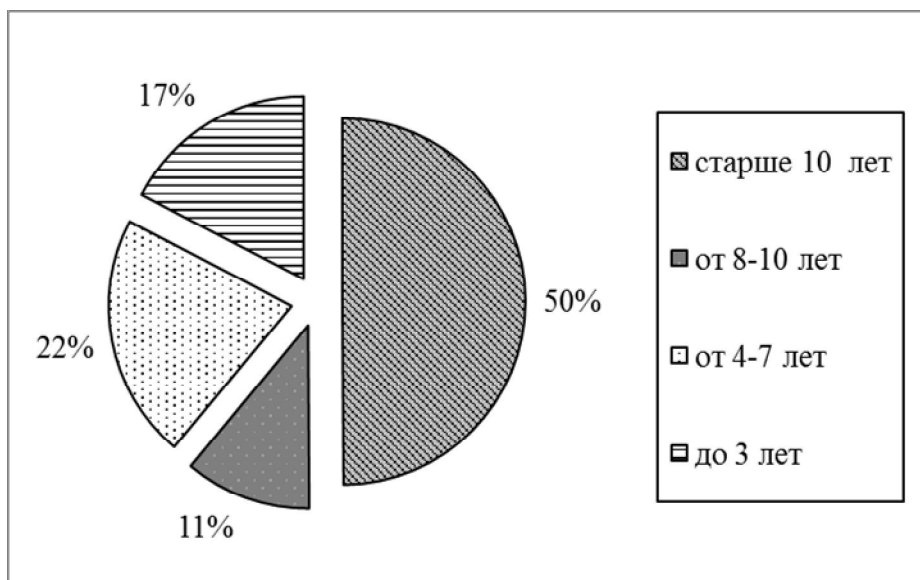
Однако нынешняя программа немного отличается от прежней:

- ранее субсидии предоставлялись на отечественные автомобили и иномарки российской сборки, сейчас это ограничение снято;
- предельную стоимость приобретаемого автомобиля увеличили с 600 тыс. руб. до 700 тысяч.

Но эффект от нового этапа льготного кредитования может оказаться менее заметным и повысить интерес к кредитованию так же сильно, как это было в посткризисный период, поскольку предпочтения потребителей, как уже было отмечено выше, немного изменились.

Во-первых, предпочтения сместились в сторону более дорогих автомобилей. Во-вторых, рынок уже достаточно насыщен: автомобиль есть почти в каждой среднестатистической семье, и покупка личного транспорта ушла из списка приоритетных задач. По итогам 2012 года на 1000 человек приходится 271 автомобиль (в 2009 году этот показатель составил 225 автомобилей).

Однако, несмотря на смещение спроса в более дорогой сектор, парк автомобилей в России все еще остается одним из самых старых в Европе (см. рис. 1.16). Средний возраст российского автопарка, по итогам 2012 года, составил 11,8 лет. При этом средний возраст автомобилей отечественных брендов составил 14,8 лет [E&Y, 2013].



Источник: Автостат

Рис. 1.17. Возраст автомобильного парка России

⁹ Программа действовала в России с 2009-2011 гг.

Исходя из проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Несмотря на продолжительную историю, отечественные производители обладают низкой конкурентоспособностью, вследствие чего иномарки вытесняют отечественных производителей, занимая все большую долю в структуре производства и продаж автомобилей. Иномарок российской сборки в год производят больше, чем отечественных автомобилей.

Однако есть, и положительная сторона масштабной сборки иномарок: ИРС идут на экспорт, обеспечивая его рост, и замещают импорт, сокращая его объемы.

Отечественные автопроизводители, к сожалению, не обращают внимания на тенденцию увеличения средней стоимости автомобиля и смещение спроса покупателей в более дорогие сегменты. Они выпускают автомобили преимущественно в нише эконом-класса, что также негативно сказывается на конкурентоспособности.

Рассмотрим подробнее вопрос конкурентоспособности отечественного автомобилестроения.

1.3. Конкурентоспособность российских автомобилей

Общий уровень конкурентоспособности отечественных автомобилей на данный момент определяет выпуск наиболее современных моделей «АвтоВАЗа» (Lada Priora, Lada Kalina, Lada Largus и Lada Granta) и TagAZa (TAGAZ C10, TAGAZ C190 и Tagaz Aquila).

АвтоВАЗ является флагманом отечественного легкового автопрома: из 36,9 млн. легковых автомобилей, зарегистрированных в России на 1 января 2013 года 13,67 млн. (37%) приходится на продукцию АвтоВАЗа.

«АвтоВАЗ» в последние годы сумел выпустить на рынок новые модели, которые пока сдерживают натиск конкурентов. В 2005 г. с конвейера сошла первая модель Kalina. Lada Kalina выпускается в кузове «седан», «универсал» и «хетчбэк», автомобиль комплектуется системой ABS, подушками безопасности, электроусилителем рулевого управления. Специально для Kalina в 2007 г. был разработан новый 16-клапанный силовой агрегат объемом 1,4 л. Этот двигатель, разработанный научно-техническим центром «АвтоВАЗа», существенно улучшил многие характеристики автомобиля: уменьшился расход топлива, возросла максимальная скорость автомобиля и, что самое главное, улучшилась динамика.

В 2007 г. «АвтоВАЗ» выпустил новую модель на базе Lada 110 – Lada Priora. Это первая модель ВАЗ, которая сразу предполагает наличие подушки безопасности. Автомобиль снабжён гидроусилителем рулевого управления. Все двигатели для

автомашины Priora 16-клапанные объёмом 1,6л также выпускаются согласно стандарту «Евро-3». В феврале 2008 состоялась презентация Priora в кузове «хетчбэк».

Данный факт является показательным. Дело в том, что даже в случае с Kalina интервал между вариантами кузова был в несколько лет. В случае с Priora «хетчбэк» появится гораздо раньше. Это позволит «АвтоВАЗу» создать условия для роста спроса, ведь многие покупатели предпочитают определенный кузов, и, если такой кузов в ассортименте производителя отсутствует, возможность переориентации покупателя на другие марки возрастает. Более того, данный факт подтвержден опытом Kalina: спрос на вариант «хетчбэк» зачастую оказывается выше, чем на «седан».

Во II квартале 2008 года «АвтоВАЗ» начал серийно оснащать автомобили Lada климатическими системами. Эта опция появится на семействах Lada Kalina и Lada Priora. На Lada Kalina будет устанавливаться оборудование фирмы Panasonic, а для Lada Priora предусмотрены климатические системы марок Hella и Panasonic.

В 2011 «АвтоВАЗ» выпустил на рынок новое семейство автомобилей Lada Granta (заводское обозначение автомобиля – 2190), которое нацелено на замену «пятерки» и «семерки». Автопроизводитель не хочет терять сверхдешевую ценовую нишу, в которой конкурентов у него так и не появилось. Тем более что «классика» занимала около 30% в структуре продаж АвтоВАЗа.

В 2011 году также начался и выпуск Lada Largus – первого совместного проекта «Renault» и «АвтоВАЗ» на платформе B0. Этот автомобиль позиционируется как семейный универсал. Первый Largus сошёл с конвейера «АвтоВАЗ» 17 июня 2011 года, но эти автомобили предназначались для заводских испытаний [Кузьмин, 2012]. Серийное производство Largus началось 4 апреля 2012 года на новой линии B0. Линия рассчитана на выпуск 70 тыс. Lada Largus, 70 тыс. Nissan Almera и 140 тыс. машин марки Renault. Инвестиции в её создание составили около 400 млн. евро [Лютова, 2012].

Один из основных критериев выбора автомобиля – безопасность. Кроме качественных улучшений технических характеристик, разработки двигателя для Lada и обновления кузовов, «АвтоВАЗ» проводит Crash test по шкале Euro NCAP.

Автомобили марки Lada обладают преимуществом низкой цены, а в этой нише на российском рынке представлено мало автомобилей. Бюджетным автомобилям, таким как Renault Logan, Chevrolet Lanos (ныне ZAZ Chance) и Daewoo Nexia модели АвтоВАЗа конкуренцию составить вполне способны (см. табл.1.5).. Выпуск универсала и сверхдешевой модели Granta ещё больше упрочил позиции тольяттинского производителя. Кроме того, конкурента для Lada Largus по схожей цене пока ещё ни один

иностранного производителя не выпустил. Ближайшие – Fiat Doblo, Peugeot Partner¹⁰, Chevrolet Lacetti, Renault Kangoo представлены уже в ценовой нише свыше полумиллиона рублей [Autonews.ru, 2012].

Таблица 1.5. Основные технические характеристики

	Тип кузова	Объём двигателя (л.с.)	Мощность ¹⁾ (л.с.)	Расход топлива ²⁾ (л/100км)	Скорость ³⁾ (км/ч)	Цена ⁴⁾ (тыс.руб)
Lada Kalina	сед*., хетч., ун-л	1,4 /1,6	81/89	7 / 7,8	165	332/307
Lada Priora	сед., хетч., ун-л	1,6	90	7,2	173	345
Lada Granta	сед.	1,6	82	7,3	164	269
Lada Largus	ун-л	1,6	84	9,3	156	360
Chevrolet Lanos	сед.	1,5	86	6,7	172	310,2
Renault Sandero	хетч.	1,4/1,6	75/84	6,9/7,3	162/175	339/389
Renault Logan	сед.	1,4 /1,6	75/90	6,9 / 7,2	162/175	329/379
Daewoo Nexia	сед.	1,5	75/90	6,8 / 7,2	163/170	259

*- сед.(седан), хетч. (хетчбэк), ун-л (универсал)

1) Максимальная мощность автомобиля

2) Расход топлива в режиме смешанного цикла

3) Максимальная скорость

4) Цена указана в базовой комплектации

Источник: данные производителей, avto-russia.ru

Ещё одной положительной тенденцией для отечественного автопрома является и то, что устаревшие модели – ВАЗ 2105/07 (так называемая «Классика») и Samara постепенно уходят с рынка. Практически половину в структуре продаж АвтоВАЗа занимают новые модели, и их доля постепенно увеличивается (см. табл. 1.6).

Таблица 1.6. Структура продаж автомобилей марки Lada, %.

Модель	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lada Priora	18,4	20,6	28,5	24,2	24	23,4
Lada Samara	28,3	26,9	25,9	19,7	21,2	12,6
ВАЗ 2105/2107	28,4	29,7	19,2	26,3	19,5	6,1
Lada Kalina	8,7	15,1	17,4	21,1	24,7	22,3
Lada 4x4	4,3	3,1	7,6	8,6	10,5	10,2
Lada Granta					0,9	22,5
Lada Largus					-	2,9

Источник: ОАО «АвтоВАЗ»

¹⁰ Фургон Лада Ларгус. / Лада Ларгус клуб // <http://lada-largus-club.com/furgon.html>

Автомобили ВАЗ 2105/07, производившиеся на предприятии с 1982 года, были сняты с производства в апреле 2012 года [Николаева, 2012]. Росту их доли в структуре производства в 2010 году способствовала программа утилизации старых автомобилей¹¹.

Напомним, что в рамках программы утилизации около 80 % проданных автомобилей – продукция АвтоВАЗа. Утилизация стала существенным стимулом продаж марки Lada. За время действия программы доля «утилизационных» машин составила 46,2% (221,5 тыс. шт.). Утилизация оказала значительную поддержку АвтоВАЗу во время кризиса.

Конкурентоспособность АвтоВАЗа подтверждена и списком лидеров продаж 2012 года. Автомобили марки Lada занимают первые три строчки рейтинга. Лидером TOP-10 стала модель Priora (см. табл. 1.7). Примечательно, что недавно поставленная на серийное производство Lada Granta заняла третью строчку. Ближайшие конкуренты Lada – Renault Logan и Daewoo Nexia не вошли в десятку и заняли только 11 и 12 места соответственно, пропустив вперед почти все модели Lada, что ещё раз подтверждает конкурентоспособность российской модели Priora в сравнении с ее ценовым аналогом Logan.

Таблица 1.7. TOP-10 самых продаваемых легковых автомобилей на внутреннем рынке России в 2012 году

Место	Модель
1	Lada Priora
2	Lada Kalina
3	Lada Granta
4	Hyundai Solaris
5	Ford Focus
6	KIA New Rio
7	Volkswagen Polo
8	Lada Samara
9	Chevrolet Cruze
10	Chevrolet Cruze

Источник: АЕБ

Такие результаты помогают АвтоВАЗу удерживать свой сегмент рынка и свидетельствуют о том, что АвтоВАЗ не собирается превращаться в площадку по сборке автомобилей.

Как уже было сказано выше, АвтоВАЗ с помощью Renault выпустил на рынок 2 новых серии автомобилей. С помощью своих иностранных партнеров выпускает новые

¹¹ Программа утилизации распространялась на автомобили старше 1999 года выпуска. Автовладелец сдавал автомобиль в утиль за 3000 руб. и получал скидку в размере 50 000 руб. на покупку нового автомобиля российского производства из списка, утвержденного Минпромторгом РФ. Программа действовала с 1 января по 31 декабря 2010 до 31 декабря 2011 года [Фиалко, 2011].

модели и другой отечественный производитель – ТагаЗ. Таганрогский автомобильный завод с помощью Hyundai выпустил две новые модели под маркой TAGAZ:

1) TAGAZ Vega – модель класса «С», которая была представлена летом 2009 г. Как заявил сам производитель, автомобиль был разработан по заказу Таганрогского автомобильного завода в конструкторском бюро Tagaz Korea, которое является партнером ТагаЗ в разработке собственного модельного ряда. Технические характеристики и стоимость модели находятся на конкурентоспособном уровне (см. табл. 1.8). Однако выпуск модели Vega был остановлен из-за судебных разбирательств с GM.

Таблица 1.8. Основные технические характеристики TAGAZ Vega и ее конкурентов

Характеристики	TAGAZ Vega	Hyundai Accent	VW Polo	Cherry Fora
Тип кузова	седан	седан	седан	седан
Модельный год	2009	2004	2010	2006
Рабочий объем двигателя, л. с.	1,6	1,5	1,6	1,6
Максимальная мощность, л. с.	124	102	105	119
Расход топлива: смешанный цикл, л / 100 км	8	7,5	6,5	6,6
Максимальная скорость, км /ч	180	181	190	185
Цена, тыс. руб.	349,9	377,7	399	393

Источник: данные производителей

2) Tagaz Aquila - легковой автомобиль класса С. На разработку автомобиля понадобилось 2 года. Автомобиль разрабатывался тоже совместно с корейскими инженерами, но дизайн и платформа созданы собственными инженерами ТагаЗ. Основным технологическим новшеством автомобиля является каркасная конструкция кузова, что увеличивает безопасность пассажиров. На седан устанавливается 1.6 литровый двигатель Mitsubishi, который выдает мощность в 107 л.с. и работает только с механической коробкой передач, летом появится двигатель 125 л.с., а к концу года и 150 л.с., который будет работать как с механикой, так и с автоматом. Начало продаж было запланировано на март 2013 года, но купить их можно только по предварительному заказу. Цена TagAZ Aquila пока в единственной комплектации - 415 000 руб. Новая модель, название которой с латыни переводится как «Орел», создается с надеждой реанимации завода, который испытывает тяжелые экономические трудности¹².

Кроме Hyundai, ТагаЗ сотрудничает с китайской компанией Jianghuai Automobile Co., Ltd. (JAC). Они также выпустили два совместных автомобиля:

1) бюджетный седан TAGAZ C10 в 2011 году. За основу автомобиля взята модель JAC A138 Тоjoy, представленная в Китае в 2008 году, дизайн которой разработала

¹² По материалам Tagaz Aquila Клуб <http://tagaz-aquila.ru/>

итальянская компания Pininfarina. Таганрогский автомобильный завод внес конструктивные изменения в машину. В частности, усовершенствована технология сварки кузова, что обеспечило большую прочность швов. Кузов, проходит антикоррозийную обработку по существующим стандартам ТагАЗа и окрашивается в цвета металлик [За рулем, 06. 2011]. Цена нового автомобиля в минимальной комплектации (1,3л; МКПП) составляет 380 тыс. рублей.

2) внедорожник TAGAZ C190. Таганрогский автомобильный завод по договоренности с компанией JAC переводит выпуск внедорожников JAC Reip под собственный бренд. Новое название модели - TAGAZ C190. Вместе с изменением торгового имени, партнеры специально для России решили подвергнуть автомобиль небольшому рестайлингу. Основные изменения коснулись нижней части кузова. Спереди кроссовер стал явно респектабельнее благодаря тому, что решетку радиатора увеличили, опустив ее на бампер. Кроме того, изменили форму противотуманных фар и избавились от восьми деталей нижнего обвеса, включая молдинги и фартуки дверей — в новом дизайне они стали неуместны [За рулем, 11. 2011]. Цена машины с двигателем объемом 2,4л и МКПП составляет 710 тыс. рублей.

Тем не менее, покупатели предъявляют множество претензий к качеству отечественных автомобилей. Вместе с тем, согласно статистике продаж, основная часть продукции российского автопрома раскупается за счет низкой цены. Однако единственного фактора конкурентоспособности – ценового – в скором времени может оказаться недостаточно. Многие зарубежные автопроизводители разрабатывают свои модели экономкласса, а российская отрасль мало что делает для снижения издержек, повышения производительности труда и продуктивности производственного процесса [Лебедев, 2009].

Конкурентоспособность российских марок растет слишком медленно, а конкуренция в ближайшем будущем вырастет многократно.

Низкая конкурентоспособность - это основная проблема российской автомобильной промышленности. Она обуславливается рядом системных проблем, часть из которых была определена в «Стратегии развития автомобильной промышленности России на период до 2020 года». Этот список можно дополнить ещё несколькими причинами низкой конкурентоспособности отечественной продукции.

В итоге, перечень проблем автомобилестроения выглядит следующим образом:

- 1) **технологическая проблема:** технологическое отставание от мирового уровня, отсутствие ряда необходимых технологий;

- 2) **проблема с оборудованием:** моральный и физический износ производственного оборудования, недостаток мощностей;
- 3) **кадровая проблема:** дефицит высококвалифицированных рабочих, инженерных кадров и перспективного кадрового потенциала, низкий уровень заработных плат; низкий уровень дисциплины и качества труда в России [Ясин, 2004];
- 4) **проблема с комплектующими:** неразвитость рынка комплектующих изделий для продукции машиностроения; низкокачественная база производства комплектующих; сравнительно небольшие сроки службы деталей, что делает отечественные автомобили технически ненадежными¹³;
- 5) **устаревшие стандарты менеджмента и контроля качества:** необходим надлежащий контроль над всеми этапами производства автомобиля; практически отсутствует практика отзывов партий автомобилей
- 6) **недостаток финансовых ресурсов:** отсутствие инвестиций в НИОКР и модернизацию оборудования;
- 7) **слабая маркетинговая политика, неразвитость финансовых и стимулирующих программ:** недостаточно изучаются потребности покупателя; редко используются финансовые программы (например, такие как Lada Finance¹⁴);
- 8) **низкая конкурентоспособность продукции и сильное конкурентное давление со стороны зарубежных производителей.**

Чтобы повысить конкурентоспособность, российской автомобилестроительной отрасли потребуется решить эти проблемы. В случае успеха конкурентные преимущества отечественного автопрома будут обеспечены в долгосрочной перспективе.

Растущая конкуренция и низкая конкурентоспособность российских марок ставят отечественную отрасль в условия необходимости освоения иностранных технологий. Технологический разрыв между российскими и мировыми автопроизводителями настолько велик, что собственными силами его преодолеть не удастся. Как уже было сказано выше, технологическое отставание отрасли может существенно сократиться за счёт ПИИ. Этот вывод может быть подтвержден развитием автомобильных отраслей таких стран как Япония, Южная Корея и Китай. Необходимо рассмотреть, как происходило развитие автомобильной отрасли в этих странах.

¹³ К примеру, иностранные сцепления "ходят" более 120-150 тыс. км, а сцепления российского производства – не более 80 тыс. км. Проблемы есть и с электрикой, часто выходят из строя электростеклоподъемники, генераторы, датчики. Оказалась неэффективной и установка аварийных бортовых компьютеров на семейство Lada 110.

¹⁴ Программа действует для любой модели из любого семейства Lada выпуска 2009 г. Программа предоставляет возможность оформить кредит по сниженным процентным ставкам – от 0% до 12,9% годовых на срок от 1 года до 3 лет и снижает первоначальный взнос до 30% от стоимости автомобиля.

1.4. Зарубежный опыт модернизации автопрома на базе иностранных технологий

Япония. Ярчайшим примером успешной реализации стратегии догоняющего развития стала Япония – одна из ведущих стран в области автомобилестроения. Страна «подняла» национальный автопром за счёт иностранных технологий.

В настоящее время автопром играет очень важную роль в экономике страны, поскольку составляет большую долю в экспорте. Хотя в начале XX века, с момента окончания I мировой войны в 1918г. и вплоть до 30-х гг., страна всего лишь копировала американские технологии и образцы автомобилей.

В середине 30-х гг. в стране приняли закон, по которому все расположенные на территории Японии предприятия становились собственностью Японии, в результате чего американские компании были вынуждены свернуть свою деятельность в Японии.

После ухода производителей США¹⁵ автомобильная промышленность Японии все больше стала отставать от мирового уровня. Разрыв в технологическом отношении резко увеличился в годы войны, когда зарубежный опыт стал вообще недоступен. Потерпев поражение во II мировой войне, Япония была оккупирована, и развитие автомобильной промышленности было заморожено штабом оккупационных войск путем введения запретов и ограничений на выпуск продукции. К тому же большой урон отрасли причинял импорт иномарок.

Руководство Японии до середины XX века не видело перспектив развития автомобильной отрасли в Японии, капиталовложения в автомобилестроение оценивались как малоперспективные. Это тоже в определенной мере сдерживало развитие национального автомобилестроения.

Стоит отметить, что Министерство внешней торговли и промышленности Японии понимали, что автомобилестроение может стать «локомотивом промышленного развития» и разрабатывало рекомендации по ограничению импорта автомобилей и формированию национальной базы для подъема отрасли.

Восстановление японского автопрома началось во время войны в Корее (1950-1953 гг.). США начали закупать в Японии автомобили для обеспечения боевых действий и развернули программу «восстановления американских автомобилей». Эта программа стартовала в 1945 г., когда в Японию после демобилизации армии США начали свозиться автомобили со всего Тихоокеанского театра военных действий. Около 150 японских

¹⁵ Из-за принятого в стране закона, по которому все расположенные на территории Японии предприятия становились ее собственностью

компаний занималось ремонтом американской техники, что позволило открыть около 30 тысяч рабочих мест.

За счет заказов армии США автомобильная промышленность Японии обновила оборудование, укрепила финансовое положение и начала бурно развиваться.

Главными факторами в становлении японской автомобильной промышленности стали жесткий контроль правительства за развитием отрасли и перестройка организационно-производственной структуры. В результате проведенной перестройки были значительно снижены издержки производства, а конкурентоспособность повышена до мирового уровня. Но качество ещё значительно отставало от мировых стандартов, поэтому попытки вывести продукцию на автомобильные рынки развитых стран закончились провалом даже несмотря на её низкую стоимость.

Задача его повышения надежности и качества японских автомобилей была поставлена на государственном уровне. Решением стали новые стандарты производственной системы, обеспечившие оптимальные масштабы производства, невысокие издержки и строгий контроль качества автомобилей. Контроль производился на каждом рабочем месте непосредственным высококвалифицированным исполнителем.

Таким образом, как и предсказывали специалисты из Министерства внешней торговли и промышленности Японии автомобилестроение в 60-е гг. действительно стало «локомотивом», вытягивающим экономику страны.

Что касается модели промышленной политики, то правительством Японии для автомобильной отрасли была выбрана экспортоориентированная модель, которая начала реализовываться с самых первых шагов становления отрасли, и не изменялась даже в самые сложные годы. Возможно, модель, ориентированная на экспорт, сработала потому, что в первое время спрос на автомобили был очень большим, особенно во второй половине 60-х гг., и экспорт вплоть до 70-х гг. не превышал 20% производства.

«На руку» японским производителям сыграл и «Нефтяной шок» 1973 года, который вызвал рост цен на бензин. В результате покупатели стали отдавать предпочтение малогабаритным, экономичным автомобилям, а именно над такими моделями долгие годы работали японские конструкторы. Уже в 1974 г. Япония обошла по экспорту автомобилей Германию и заняла первое место в мире.

Японское автомобилестроение является также мировым лидером по низким издержкам производства благодаря разработанной ими системе «поставки точно в срок», которая позволяет создавать значительные резервы для борьбы в ценовой конкуренции на внешних рынках. Такую позицию японским производителям позволила занять ставка на внедрение гибких производственных систем позволяют на одном конвейере выпускать

небольшие серии моделей, с учетом персональных запросов покупателей. Крупные американские компании, которые пытались снизить издержки производства, наращивая число машин в серии в этой борьбе проиграли¹⁶.

Производственная система в Японии стала примером для подражания многими западными производителями.

Иностранное присутствие на автомобильном рынке Японии оказало незначительное влияние на функционирование автопрома страны. Однако все же японская система переняла некоторые черты западной системы производства. Большую роль в этом сыграло заключение союза между французской Renault и японской – Nissan. В 1999 году, когда заключалось это соглашение, компания Nissan стояла на грани банкротства. Она оказалась в таком положении из-за того, что управление было нацелено на сохранение доли на рынке, а не на доходности компании.

Создание этого альянса не принесло качественно новой продукции на рынок автомобилей, но внесло в политику поведения концерна следующие изменения:

- во-первых, управление сосредоточилось на доходности, а не на сохранении доли на рынке. Эта новая система управления позволила упростить связи с поставщиками;
- во-вторых, изменилась политика занятости. Была введена система поощрений и вознаграждений, основанная на заслугах работника.

Nissan перестал быть keiretsu¹⁷, что позволило иностранным производителям стать его поставщиками. Кроме того, благодаря этому японские поставщики получили доступ к мировому рынку [Paprzyski, 2006].

Нельзя не отметить, что японский автопром продолжает оставаться японским, несмотря на то, что в Японии растут потоки ПИИ, созданы альянсы с иностранными производителями (Renault-Nissan, Chrysler-Mitsubishi) и иностранцы имеют пакеты акций в автомобильных фирмах. Иномарки в Японии продолжают быть экзотикой. На автомобилях практически не устанавливают зарубежные запчасти, поскольку пример компании Toyota показывает, что традиционные отношения с поставщиками позволяют строго контролировать качество поставляемой продукции.

Корея. Автомобильная промышленность Южной Кореи также зарождалась с монтажа деталей, привезенных из Японии и США. Сейчас автомобильная промышленность Южной Кореи сейчас занимает шестое место в мире по масштабам

¹⁶ http://dm-isuzu.ru/autoprom_japan.shtml

¹⁷ Keiretsu (Кейрецу) - это уникальные корпоративные организации Японии, супергруппы или кластеры групп, в которых деятельность интегрируется по вертикали (Honda, NEC, Toyota, Matsushita) или по горизонтали (Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo) [Миццберг, 2001].

производства и является одной из самых современных мировых автомобильных производств. Хотя всего лишь шестьдесят лет назад огромным достижением в республике считалось выпуск первого корейского велосипеда (фирмой KIA).

Автомобильная промышленность Кореи ведет свой отсчет с 1955 года, когда в авторемонтной мастерской Сеула из деталей списанных армейских машин было собрано два джипа, которые получили название «Сибаль» (что в переводе означает «начало» или «старт»). Всего таким способом было собрано несколько сотен автомобилей, некоторые из которых были покрашены в черный цвет и использовались в качестве персональных автомобилей чиновников.

Развитие корейской автомобильной промышленности можно условно разделить на четыре этапа:

- Первый этап (1962–1973 гг.). Сборка готовых машин из импортных комплектующих.

К началу 70-х гг. в Корею действовало несколько небольших производств, на которых собирали автомобили из деталей американских, японских и итальянских фирм. Основными проблемами отрасли на тот момент были высокая стоимость и низкое качество продукции при достаточно малых объемах ее производства.

- Второй этап (1974–1982 гг.). Создание основ собственной автомобилестроительной базы.

Реальное развитие корейского автопрома началось в 1974 г. в результате прямого вмешательства властей (напомним, что в это время уже действовали ГАЗ и АвтоВАЗ, не говоря уже о заводах Ford или Toyota). Руководство страны способствовало формированию многопрофильных семейных холдингов chaebol.¹⁸ Избранные властями на роль chaebol компании получали ряд привилегий (льготный доступ к кредитам, политическая поддержка), но должны были беспрекословно исполнять все задачи и рекомендации правительства, сформулированные в Перспективном плане развития автомобильной промышленности 1974 года.

В основе правительственной стратегии лежало два принципа: ориентация на экспорт и максимальная концентрация капитала. Правительство поставило перед автопроизводителями две задачи: к 1980 г. довести объем производства на каждой фирме до 50 тыс. машин в год и увеличить долю отечественных комплектующих в автомобиле до 91%. Право заниматься производством автомобилей было предоставлено только четырем

¹⁸ Chaebol (чэболь) — южнокорейская форма финансово-промышленных групп, представляющая собой группу формально самостоятельных фирм, находящихся в собственности одной семьи.

компаниям: KIA, Hyundai Motors, Asia Motors (слилась с KIA) и ShinJu (ныне Daewoo Motors).

После утверждения экспортоориентированной политики был введен высокий запретительный тариф на ввоз в страну иномарок и комплектующих (чтобы получить разрешение на импорт, требовалось доказать, что аналогичные детали не могут быть произведены в Корее). В итоге, к 1980 г., задача правительства была выполнена – в корейских машинах было уже более 90% деталей местного производства. Лишь некоторые технологически сложные узлы продолжали ввозиться из-за рубежа.

Однако до конца 80-х гг. большинство корейских моделей было лицензионными копиями иностранных образцов. За период с 1962 по 1995 гг. корейские автомобилестроители заключили 488 лицензионных соглашений (57,3% соглашений с японскими компаниями; 15,8% контрактов с американскими фирмами; 9,9% с фирмами Великобритании и 8,8% – Германии).

- Третий этап (1983–1997 гг.). Нарастивание массового производства и экспорта автомобильной продукции.

В этот период происходила стремительная автомобилизация Кореи и рост внутреннего рынка благодаря резкому росту доходов населения (если в 1980 г. в Южной Корее было 1 автомобиль на 153 человека, то к 1995-му – 1 автомобиль на 8 человек).

Прорыв произошел в середине восьмидесятых, когда Hyundai вышла на самый конкурентный в мире американский рынок со своей малолитражкой Excel, главными конкурентными преимуществами которой было сочетание низкой цены и хорошего качества. В ориентации на невзыскательный массовый спрос и заключается секрет корейского успеха на мировых автомобильных рынках.

Вплоть до азиатского кризиса 1997 года в корейском автомобилестроении господствовала так называемая "большая тройка" (Hyundai Motor, Daewoo Motor и KIA). В начале 1990-х еще два chaebol пытались производить автомобили Ssangyong и Samsung. В 1992 году Ssangyong начала выпуск внедорожников, созданных при техническом содействии Daimler-Benz. В 1995 году Samsung добилась правительственного разрешения на производство автомобилей.

Необходимо отметить, что для этих chaebol автомобильное производство было лишь одним из многих направлений их деятельности, но не всегда самым важным. Холдинги занимались электроникой, судостроением, металлургией, и др.

1990-е стали и временем инвестиций корейских фирм в другие страны. Корейские компании стали активно создавать автосборочные производства за границей, особенно в развивающихся странах. При этом, несмотря на отмену тарифных ограничений в 1996

году, корейский внутренний рынок остался закрытым для иностранцев. Например, в 2000 году продажи иномарок составили лишь 0,4% всех продаж на корейском автомобильном рынке (в количественном отношении – 0,05%). Большая часть импорта – это дорогие представительские машины.

В этот период произошел азиатский кризис 1997 г., который начался как раз с автомобилестроения и нанес автопрому серьезный удар. Компания KIA объявила о своем банкротстве, которое было вызвано задолженностью компании в \$9 млрд. (компанию выкупил Hyundai). Вслед за KIA с серьезными финансовыми трудностями столкнулись все корейские автомобилестроители, кроме Hyundai. Причина у всех была одна – огромные долги, образовавшиеся в результате кредитов, взятых до кризиса, которые в условиях кризиса превратились в непосильный груз. За год выпуск автомобилей в стране сократился в 1,5 раза из-за резкого падения внутреннего спроса. Примечательно, что корейцы очень часто меняют машины. Средняя продолжительность жизни корейского автомобиля самая короткая в мире – около 8 лет (для сравнения: в Японии – 15 лет, в США – 16 лет). Новый автомобиль в Корее в среднем эксплуатируется 3-4 года. На вторичном рынке 3-х годовалый автомобиль продается за 20-30% первоначальной цены. Восемилетняя машина отправляется на свалку или экспортируется на Дальний Восток России, ведь по российским меркам она находится в великолепном состоянии.

Однако даже с учетом таких привычек корейцев, увеличения внутреннего не стоит ожидать, поэтому корейские компании все больше работают на экспорт. Экспортные продажи автомобилей продолжали расти: экспорт автомобилей превысил продажи на внутреннем рынке. Это отражает и общую тенденцию нынешней корейской экономики – ее постоянно возрастающую зависимость от внешних рынков. Основным направлением экспорта для корейских автомобилестроителей являются Соединенные Штаты и рынок стран ЕС.

- Четвертый этап (1998 г. – н.в.). Этап глобализации.

В самый разгар «азиатского кризиса», в начале 1998 г., новое правительство Кореи объявило о начале радикальных экономических реформ и реструктуризации chaebol в группы независимых специализированных компаний, чтобы превратить их в ТНК. В результате этой реформы все корейские автоконцерны сменили своих владельцев, кроме Hyundai. Hyundai Motors вступила в "стратегический союз" с компанией Daimler-Chrysler (10% акций) и Mitsubishi (5% акций).

После банкротства Daewoo Motors акции компании перешли в распоряжение General Motors. В рамках той же программы реструктуризации и концерн Samsung продал свое

автомобильное подразделение Samsung Motors Renault. В результате этого функционирование отрасли стало более эффективным [Ланьков, 2002].

Следует особо отметить успех корейских компаний. Ведь разница между началом выпуска автомобилей в Европе и в Азии составляет почти сто лет. Всего за 50 лет автомобильная промышленность Кореи вошла в пятерку мировых автопроизводителей и постоянно растет. Она уступает лишь Германии, Китаю, Японии и США.

Кроме того, примечательно, что в Южной Кореи действуют низкие пошлины на ввоз иномарок, но, как и в Японии, количество иномарок невелико. Правда это можно объяснить повышенным налогом на иномарки и высокими бюрократическими барьерами.

Китай. Еще одним примером интенсивной модернизации и развития на базе иностранных технологий является автомобильная промышленность Китая. Автомобильная промышленность в Китае одна из шести ключевых отраслей.

Первый этап развития автопрома КНР относится к середине XX века. Именно в 50-е гг. при поддержке СССР и активном участии советских специалистов в Китае появляются пионеры автопрома. Первый завод был построен в 1953 г., и в 1950-80-е гг. производимые модели были копиями советских машин.

Второй этап развития китайского автопрома начался с подписания соглашения между немецкой компанией Volkswagen и Шанхайской автомобильной корпорацией в 1984 г. о создании совместного предприятия. Началось строительство заводов и других мировых автопроизводителей. Китайское руководство привлекало иностранных производителей, предоставляя им выгодные условия: бесплатная аренда земли, дешёвая рабочая сила, освобождение от налогов. К настоящему времени почти все крупные мировые автопроизводители (General Motors, Ford, Toyota, Daimler Chrysler, Nissan-Renault, Peugeot-Citroen, Honda и BMW) уже создали одно или более СП на территории КНР. Один за другим стали появляться новые заводы, для которых правительство закупало лицензии и технологии у крупнейших зарубежных корпораций. Общий объем иностранных капиталовложений в автомобильную отрасль превысил \$20 млрд. И в настоящее время КНР старается покупать все доступные активы в автомобильной промышленности.

На третьем этапе Китай начал инвестировать в развитие отечественной автомобильной промышленности. Для поддержания собственного автопрома ввели жёсткие квоты на импорт и высокие таможенные пошлины. Иностранные производители стали продавать права на устаревшие модели. На базе купленных зарубежных технологий и началась разработка уже собственных автомобилей нового поколения.

Таким образом, развитие китайского автопрома можно поделить на три стадии:

- 1) «Стартовая стадия» (1949-1965 гг.) Попытки создания китайским правительством структур и методов функционирования промышленности советского типа для достижения индустриализации.
- 2) «Растущая стадия» (1966-1980 гг.) Массовое открытие новых заводов (число предприятий достигло 2379 к 1980 г.), но в условиях отсутствия конкуренции предприятия показывали низкую продуктивности и эффективность. Централизованное планирование принесло несколько проблем: фрагментированная производственная система, излишек производственных мощностей, производство ниже уровня минимального эффекта масштаба. Открытие экономики негативно отразилось на автомобильной отрасли – резкое увеличение спроса на легковые автомобили, производящиеся в малом количестве в Китае, вызвало увеличение импорта автомобилей.
- 3) «Быстро развивающаяся стадия» (1981 г. – наст. вр.) Китайское правительство начало поощрять ПИИ в автопром, организовывая совместные предприятия с ТНК. Важную роль в развитии автопрома играют государственная поддержка и прямые иностранные инвестиции. ПИИ стали каналом для получения современных технологий и методов управления [Buckley, 2007].

Создание совместных предприятий вызвало усиление конкуренции, что в свою очередь улучшало качество отечественных автомобилей.

Тенденцией последних лет становится особый интерес китайских производителей к покупке ведущих автомобильных брендов вместе с технологиями. Это означает, что КНР уже не довольствуется "вчерашними" разработками, а готова инвестировать в покупку новейших технологий.

Таким образом, мы видим, что в основе промышленной политики, нацеленной на развитие отраслей, не только развивающегося Китая, но и развитой Японии и Южной Кореи лежат иностранные технологии.

Подытожив результаты исследования, описанные в первой главе диссертационного исследования можно сделать несколько выводов:

- 1) иномарки «захватывают» российский рынок, занимая все большую долю не только в продажах, но и в производстве автомобилей. Иномарок российской сборки в год производится больше, чем автомобилей отечественных марок;
- 2) ретроспективный анализ отрасли показал, что, несмотря на продолжительную историю развития и освоения иностранных технологий, отечественный автопром конкурентоспособен только на внутреннем рынке в нише эконом-класса;

- 3) растущая конкуренция и низкая конкурентоспособность российских марок ставят отечественную отрасль в условия необходимости освоения иностранных технологий. Технологический разрыв между российскими и мировыми автопроизводителями настолько велик, что собственными силами его преодолеть не удастся;
- 4) опыт в становлении автомобилестроительной отрасли таких стран как Япония, Южная Корея и Китай доказывает, что можно выстроить стратегию развития и модернизации автомобильной промышленности, основанную на освоении иностранных технологий.

Однако практическое применение ПИИ в промышленной политике требует предварительного теоретического анализа этого вопроса с целью выявления всех плюсов и минусов ПИИ, исследования всех возможностей и рисков их привлечения в экономику. Этим вопросам посвящена вторая глава данного исследования.

Глава 2. Прямые иностранные инвестиции как инструмент промышленной политики

2.1. Выбор модели промышленной политики для обеспечения конкурентоспособности отрасли

Технологическое отставание промышленности России от передовых стран привело к ориентации экономики на экспорт сырья и энергоносителей, что существенно усилило диспропорции производственного комплекса [Гришин, 2007]. Значительную часть в структуре российского ВВП занимает добыча полезных ископаемых. Существует много разных оценок вклада этого сектора в ВВП. Согласно данным Росстата в 2011 ВДС отрасли «Добыча полезных ископаемых» в структуре ВВП составила 9%. Существует много оценок и доли нефтегазового сектора в российском ВВП. К. Руэл, главный экономист представительства Всемирного банка в России в 2003 году оценил эту долю в 25% от ВВП [Калабеков, 2010]. Академик Д.С. Львов отмечает, что «в стоимости производимого в России валового продукта 75% занимают природные ресурсы. За счет труда создается только 5% национального богатства. Но эти проценты дают нам 2/3 всех собираемых налогов. Тогда как нефть, газ, лес, металл и т.д. дают лишь 13% налоговых поступлений» [Львов, 2004]. В 2010-11 г. году министр энергетики С. Шматко оценил долю отраслей ТЭК в ВВП в 30%. Д. Медведев в 2010 году заявлял, что ТЭК обеспечивает почти треть ВВП страны [Липатов, 2010]. В 2012 В.В. Путин озвучил, что «больше четверти ВВП России — это результат продажи на мировом рынке газа, нефти, металлов, леса, других сырьевых продуктов или продуктов первого передела» [Путин, 2012]. Кроме того, рост ВВП значительной мере обусловлен ростом мировых цен на энергоресурсы и металлы, а также ростом экспорта нефти [Калабеков, 2010]. Это делает Россию зависимой от мирового колебания цен на энергоресурсы и металлы. К тому же, преобладание добывающих отраслей экономики тормозит темпы развития национальной экономики и препятствует развитию наукоемких и высокотехнологичных отраслей экономики.

Можно перечислить несколько особенностей наукоемких и высокотехнологичных отраслей, положительно влияющих на экономический рост [Макаров, 2001]:

- в таких отраслях осуществляется очень интенсивная инновационная деятельность, которая способствует повышению эффективности использования ресурсов, расширению и созданию новых рынков сбыта;

- эти отрасли обладают высокой долей добавленной стоимости в объеме произведенной продукции, что обеспечивает высокую занятость и увеличивает оплату труда работников;
- проведение НИОКР и их результаты, осуществляемые, содействуют ускоренному развитию других секторов.

Из отраслей, использующих технологии высокого уровня, в первую очередь нужно выделить машиностроение, поскольку оно должно обеспечивать производственным оборудованием ключевые сектора экономики; оно определяет состояние производственного потенциала Российской Федерации; от уровня его развития зависят удельные показатели ВВП (материалоёмкость и энергоёмкость). Кроме того уровень развития машиностроения влияет на производительность труда, экологическую безопасность и обороноспособность государства. Именно от развития машиностроения во многом зависит, займет Россия место среди государств с высокотехнологичной промышленностью, производящих конкурентоспособную на мировых рынках продукцию, или превратится в сырьевой придаток экономик развитых стран мира [Концепция, 2008].

На современном этапе развития промышленность России не способна самостоятельно, без помощи государства, решить все свои проблемы. Министерством промышленности и торговли Российской Федерации были разработаны стратегии развития основных отраслей машиностроения (автомобилестроение, тяжелое и транспортное машиностроение). Анализ показал, что все эти отрасли имеют одинаковые системные проблемы (технологическое отставание, износ оборудования, дефицит кадров, неразвитость рынка комплектующих), решение которых во всех стратегиях основывается на государственной поддержке и реализации последовательной государственной политики по формированию условий привлечения иностранных инвестиций. [Стратегия №319, Стратегия №391, Стратегия №1150].

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) являются источником передовых технологий и современных методов управления, оказывают мультипликативный эффект не только на производство, но и на другие сектора экономики, а также способствуют стабилизации занятости и повышению уровня доходов населения [Дерябин, 2002].

Сама по себе перспективность заимствования технологий в целом хорошо известна. Есть несколько причин, которые определяют ценность имитационной модели. Первая причина в том, что риски последователей ниже рисков изобретателей. Вторая причина – масштабы отставания и время, необходима для преодоления этого технологического разрыва собственными силами. Третьей причиной можно назвать необходимость скорого выхода на рынок. Четвертая причина - величина издержек на запуск опытного

производства и проведение испытаний. Пятая причина возникает, когда для реализации новой технологии необходимо проводить междисциплинарные исследования [Гимпельсон, 2008].

Вопрос, в какой мере заимствование и совершенствование импортируемых технологий позволяет ликвидировать отставание от лидеров, остается дискуссионным. Для одной из точек зрения характерна акцентировка внимания на преимущество отсталости и дешевизне имитации по сравнению с инновационной деятельностью [Вагто, 1995; Полтерович, 2006]. Другой - на западне низкой производительности, поскольку не все технологии можно освоить сразу и трудно получить доступ к новейшим из них [Дементьев, 2006].

В связи с этим возникают вопросы, можно ли реализовать такую модель промышленной политики, которая позволяет решить задачу эффективного заимствования, и какие опасности способны возникнуть в процессе привлечения ПИИ?

Как уже было отмечено, основными проблемами, с которыми столкнулись отечественные промышленные предприятия, включая автомобилестроительные компании, стали морально устаревшие основные фонды, их несоответствие мировому уровню технологического развития и высокая изношенность, нехватка оборотных средств, низкая доступность кредитных ресурсов и дефицит квалифицированных кадров.

Мировой опыт свидетельствует, что промышленная политика необходима стране в первую очередь в переходные периоды, например, при переходе к рыночной экономике. Эта политика призвана способствовать ликвидации устаревших производственных структур и формированию новых, ускорять научно-технический прогресс и обеспечивать соответствие требованиям глобализации мировой экономики [Морозова, 2002].

Однозначного определения термина «промышленная политика» пока ещё не сформировалось. Это затрудняет процесс отделения промышленной политики от общеэкономической, структурной, научно-технической и других политик. В отечественной экономической теории сложилось два подхода к пониманию промышленной политики: отраслевой и институциональный [Силова, 2005].

В рамках отраслевого подхода промышленная политика определяется как комплекс мер государственного воздействия на распределение ресурсов общества в целях совершенствования структуры национальной экономики, поддержания конкурентоспособности отдельных отраслей и предприятий, а также экономики в целом на мировых рынках, корректировки негативных последствий действия механизма рынка [Райзберг, 2007]. Особенности моделей промышленной политики в этом подходе зависят

от конкретных исторических традиций и условий развития страны, от её потенциала, места в международном разделении труда.

Отраслевой подход широко распространен за рубежом. На западе, например, термин «Industrial policy» обозначает активные меры правительства по проведению структурных изменений экономики, поиску новых рынков и перспективных видов деятельности и их финансированию. В пример успешного осуществления промышленной политики можно привести такие страны как Германия, США, Япония, Южная Корея, Тайвань и Китай [Altenburg, 2011].

В институциональном подходе иное определение промышленной политики. Промышленная политика – инструмент государственной стратегии развития народного хозяйства, оптимизации отношений государства с хозяйствующими субъектами, регулирования рыночных механизмов в экономически и социально оправданных направлениях (отраслевом, межотраслевом, региональном, во внешних связях) [Морозова, 2002]. В этом подходе проводимая промышленная политика основывается на таких инструментах как бюджетная политика, налоговая политика, денежно-кредитная и финансовая политика, инвестиционная и инновационная политика. Основными средствами проведения промышленной политики являются: установление таможенных пошлин, квотирование, стандартизация, лицензирование, ценовое регулирование, трансформация институтов собственности и антимонопольное регулирование. По мере развития экономической теории из этих инструментов сложились определенные «наборы», которые называют моделями промышленной политики.

Широко известны две модели промышленной политики, нацеленные на догоняющее развитие:

- 1) Модель импортозамещения;
- 2) Экспортоориентированная модель.

Модель импортозамещения – тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленных на замену импорта промышленных товаров, пользующихся спросом на внутреннем рынке, товарами национального производства [Архипов, 2010]. Импортозамещение предполагает проведение протекционистской политики и поддержание твёрдого курса национальной валюты. Инструментами этой политики обычно выступают: введение таможенных пошлин, лицензирование, предоставление налоговых и инвестиционных льгот. Импортозамещающая модель способствует улучшению структуры платёжного баланса, нормализации внутреннего спроса, обеспечению занятости, развитию машиностроительного производства и научного потенциала [Комогорцев, 2005]. Обычно стратегия импортозамещения включает в себя

создание совместных предприятий с иностранными компаниями, которых привлекает работа под защитой таможенных барьеров и другие предоставляемые правительством льготы.

Стратегической целью импортозамещения является организация на своей территории собственного производства конкурентоспособной продукции и услуг высокой долей валовой добавленной стоимости и с последующей реализацией их на мировых рынках.

Главной задачей импортозамещающей политики является производство и применение отечественной продукции, соответствующей по качеству импортным аналогам, а не «выдавливание» импорта с рынка [Burton, 1989].

В импортозамещающей политике можно выделить два направления: импортозамещение потребительских товаров и импортозамещение производственных ресурсов, продукции технического назначения и услуг [Макаров, 2010].

Экспортоориентированная модель – тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленных на поддержку конкурентоспособных отраслей и производств, осуществляющих экспорт своей продукции. Экспортоориентирование предполагает проведение правительством политики создания благоприятных условий для функционирования и развития этих отраслей и производств. Инструментами данной политики выступают налоговые льготы, таможенные льготы, кредитование, поддержка низкого валютного курса. Экспортоориентированная модель способствует появлению дополнительных рынков сбыта, расширенному воспроизводству, получению дополнительной прибыли, что в свою очередь увеличивает национальный доход. Экспорт обеспечивает страну валютой, необходимой для обслуживания внешнего долга, оплаты импорта и накопления валютных резервов [Burton, 1989].

Целью данной стратегии является захват как можно большей доли мирового рынка.

Главной задачей экспортоориентированной модели политики является производство конкурентоспособной продукции и выход с ней на международный рынок.

Можно выделить ряд преимуществ этой модели:

- включение страны в мировое хозяйство;
- доступ к мировым ресурсам и технологиям;
- развитие сильных конкурентных отраслей экономики, которые обеспечивают развитие остальных отраслей и являются основным поставщиком денежных средств в бюджет;
- привлечение валютных средств в страну и их инвестирование в развитие производства и сферы услуг национальной экономики [Комогорцев, 2005].

- выход предприятий на мировой рынок – их вступление в международную конкуренцию, что стимулирует снижение издержек, повышение качества продукции и совершенствование действующих и внедрение новых технологий [Дайнеко, 2011]

Однако каждая из моделей обладает рядом негативных последствий.

Негативными сторонами проведения политики импортозамещения можно назвать следующие последствия: [Комогорцев, 2005; Ермолаев, 2005]

- 1) самоизоляция от новых тенденций в экономике;
- 2) уменьшается выгода от участия страны в международной торговле;
- 3) технологическое и конкурентное отставание от развитых стран;
- 4) ограничение реализации более качественной импортной продукции, сужение потребительского выбора (характерно для СССР, КНДР);
- 5) создание тепличных условий для производств, которое может привести к неэффективному управлению и распылению ресурсов, а также к выпуску товаров, востребованных только на внутреннем рынке;
- 6) игнорирование необходимости повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции может привести к зависимости от импорта технологий [Макаров, 2010];
- 7) необходимость полного выстраивания производственных цепочек, которые могут оказаться более капиталоемкими и ресурсоемкими, чем уже существующие в других странах;
- 8) негативное воздействие оказывается на экспорт сырья из-за завышения обменного курса отечественной валюты;
- 9) многие молодые производства под прикрытием таможенных барьеров никогда не достигают зрелости, а правительства не склонны снижать тарифы, чтобы вынудить их к повышению конкурентоспособности.

Негативные последствия осуществления экспортно-ориентированной модели промышленной политики проявляются в основном при преобладании сырьевого экспорта в структуре экспортируемой продукции.

Это может привести к следующим явлениям [Комогорцев, 2005]:

- 1) примитивизации структуры национальной промышленности;
- 2) росту коррупции во властных структурах;
- 3) оттоку людских и финансовых ресурсов из обрабатывающей промышленности страны (что наблюдалось в Венесуэле).

- 4) ослаблению конкурентоспособности обрабатывающей промышленности страны, её отставанию от мирового технологического развития;
- 5) необходимости импортировать новую технику, что практически обнуляет эффект от сырьевого экспорта, поскольку, в этом случае, экономическое развитие страны становится зависимым от иностранных производителей (яркий пример - Россия).
- 6) замедлению темпов экономического роста и уменьшению уровня накапливаемых знаний, поскольку наиболее интенсивно процесс накопления знаний происходит в обрабатывающем секторе.

Кроме того, негативные моменты при реализации экспортоориентированной политики могут проявиться и при преобладании в экспорте страны даже промышленного оборудования высокого передела. Это происходит в том случае, если при производстве данной продукции преобладает использование импортных комплектующих. Происходит удорожание выпускаемого оборудования из-за привязки его цены к стоимости импортных деталей. К тому же у стран-импортёров комплектующих появляется возможность внеэкономического влияния на данные предприятия, отрасль и экономику страны в целом (яркий пример - Мексика).

Очевидно, что нет однозначного ответа на вопрос: «Какая модель промышленной политики лучше?».

Споры приверженцев данных двух политик активно ведутся, начиная с 1950-х годов. Сторонники политики импортозамещения полагают, что развивающимся странам в первую очередь необходимо организовать собственное производство для замещения простых, прежде импортируемых, товаров потребления. Такое производство должно осуществляться под защитой таможенных пошлин и импортных квот. А после того, как качество отечественной продукции достигнет мирового уровня, экспортировать её.

Сторонники экспортоориентированной промышленной политики говорят о необходимости переориентировать узкие национальные рынки на емкие мировые. Ориентация на экспорт способствует свободному движению капиталов, рабочей силы, транснациональному бизнесу и открытию системы коммуникаций [Ермолаев, 2005].

Опытом проведения промышленной политики обладают многие страны.

Примерами успешного проведения промышленной политики могут служить такие страны как Япония, Южная Корея, Чили, «азиатские тигры». Но наиболее высокие темпы экономического роста эти страны показывали, в те годы, когда они встали на путь экспортоориентирования [Лаврентьев, 1990].

Однако осуществление политики стимулирования экспорта, согласно теории Хекшера-Олина, требует от страны специализироваться на выпуске продукции, в производстве которой она имеет наибольшие преимущества. То есть, целесообразно концентрироваться в производстве тех товаров и услуг, в структуре издержек которых преобладают факторы, имеющиеся в стране в наибольшем количестве. Такая специализация позволяет минимизировать издержки и обеспечить максимальную выгоду от внешней торговли [Михайлушкин, 2002]. Другими словами нужно производить такой продукт, на который есть достаточное количество необходимых ресурсов, есть технология, и уверенность в том, что этот товар будет пользоваться спросом.

Поэтому есть примеры стран, которые обладают отрицательным опытом проведения политики экспортоориентирования – Венесуэла и Мексика.

Стоит также отметить, что страны, применявшие и применяющие только стратегию, ориентированную на экспорт в основном представляют собой небольшие и простые хозяйственные системы. Это связано с тем, что, например, такие страны как Сингапур и Таиланд не обладают большим внутренним спросом, соответственно не имеют оснований для выбора модели импортозамещения.

Но и проведение политики импортозамещения не является панацеей. Страны, которые брали на вооружение только политику импортозамещения, рано или поздно отказывались от неё, поскольку она не давала ощутимых долгосрочных результатов и не приводила к повышению эффективности экономики. Причиной этому служило формирование «тепличных» условий для отечественного производителя, обеспечиваемых высокими импортными пошлинами, которые препятствовали развитию здоровой конкуренции. Товары, производимые внутри страны, оказывались востребованными только на внутреннем рынке, это приводило к снижению экспорта и сокращению валютных поступлений. Из-за дефицита валютных средств исчезла возможность приобретать оборудование и технологии, необходимые для усовершенствования технологической базы производства.

В латиноамериканских странах, например, проведение политики замещения импорта сопровождалось резкими колебаниями темпов экономического роста, высокой инфляцией, возникновением монополий, снижением конкуренции на внутренних рынках. Все это стало причиной технологической отсталости и низкой эффективности создаваемых отечественных предприятий, поэтому страны Латинской Америки так и не смогли преодолеть технологический разрыв. К тому же, защита одних отраслей промышленности вызвала рост цен на продукцию и стагнацию других отраслей, которые не попадали под протекцию государства.

В числе стран, отказавшихся от проведения политики импортозамещения, оказались: Аргентина, Бразилия, Чили, Индонезия, Боливия, Мексика, Турция, Тунис. Примеров однозначного успешного применения стратегии импортозамещения нет. [Burton,1989]

В связи с этим до сих пор ведется дискуссия вокруг целесообразности проведения данной политики. Несмотря на это большинство развитых стран в период своего становления прошли через этот этап [Старовойтова, 2011]

Важно отметить, что для азиатских стран, таких как Южная Корея, Тайвань, Китай, краткосрочный период проведения импортозамещающей политики сыграл значительную роль. Эти страны в начале своего развития опирались на такую стратегию, что позволило им провести реструктуризацию экономики, диверсифицировать хозяйственную структуру, создать новые необходимые производства, и тем самым укрепить национальную экономику. Всё это способствовало созданию базиса для реализации экспортоориентированной модели промышленной политики. Южная Корея и Тайвань смогли, не прибегая к таможенной защите сначала насытить внутренний рынок, а затем экспортировать свою подешевевшую продукцию.

На этом основании можно заключить, что стратегия импортозамещения является предпосылкой к переходу на экспортоориентированный путь развития [Ермолаев, 2005]. Поэтому не стоит полностью отказываться от проведения импортозамещающей промышленной политики. Нужно использовать её положительные качества, такие как стабильная занятость и удовлетворение внутреннего спроса. Но процесс импортозамещения не должен вести к тотальному сокращению импорта, поскольку высококачественные импортные товары нецелесообразно, а иногда даже невозможно заменить отечественным аналогом ввиду отсутствия технологий в стране, необходимых для их производства. Сначала нужно ориентироваться на замену зарубежной продукции невысокого качества [Комогорцев, 2005]

К тому же, импортозамещение сложных и высококачественных промышленных товаров (автомобилей, электроники, бытовой техники и т.д.) требует участия стратегических партнеров из числа мировых лидеров в данной области, прежде всего ТНК. Это объясняется тем, что прямые иностранные инвестиции (ПИИ) являются самым эффективным способом развития производственной базы и технологий в принимающей стране(если ТНК создает новые производства), поскольку ПИИ это основной источник новых технологий для модернизации национальной экономики [Дайнеко, 2011]

Как показывает мировой опыт, нецелесообразно долгое время опираться на модель импортозамещения. Это приводит к консервации отставания отраслей от мирового

уровня, появлению препятствий образования в экономике отраслей-локомотивов, обеспечивающих впоследствии достижение прогресса мирового уровня.

Как только в стране сформируется база высококачественной продукции, конкурентоспособной на мировых рынках, необходимо переходить к осуществлению экспортоориентированной модели промышленной политики.

Понятие конкурентоспособности

Поскольку понятие конкурентоспособности уже не раз было употреблено в данной работе, необходимо определить его значение.

Вопросы конкуренции занимают важное место в экономической теории. Функционирование предприятий невозможно без учета деятельности конкурентов. Именно конкурентная борьба позволяет выявить из множества фирм лидеров, производящих качественные и востребованные товары и услуги, а также определить право на существование той или иной организации.

Концепция конкурентоспособности пришла в экономическую науку из бизнес-литературы без особых отсылок к экономической теории и во многом представляет собой не столько теорию, сколько гипотезу, которая пытается рассматривать страны, отрасли и регионы как конкурирующие корпорации.

Понятие конкурентоспособности, несмотря на широкое использование в экономической литературе, не имеет общепринятого определения. Оно неоднозначно и многогранно, что в значительной мере осложняет обсуждение проблем конкуренции. Дословно «конкурентоспособность» означает «быть способным к конкуренции».

Определение конкуренции приведено в законодательстве: конкуренция — состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [Закон №948-1].

Согласно А. Смиту, конкуренция – это та самая «невидимая рука рынка», которая координирует деятельность его участников. Австрийский экономист Й. Шумпетер определял конкурентоспособность как соперничество старого с новым (старых технологий с инновациями) [Чайникова, 2007].

Особенное место по проблемам конкуренции занимают работы М. Портера, которого можно назвать самым большим авторитетом по проблемам конкуренции. Он определяет конкуренцию как свойство субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими на нём конкурирующими субъектами рыночных

отношений [Портер, 2008]. Также он отмечает, что конкуренция – это динамичный и развивающийся процесс, при котором непрерывно появляются новые товары, производственные процессы и рыночные сегменты [Портер, 2004]. Важным моментом в его трудах является выделение понятий «цена продукта» и «ценность продукта для потребителя». То есть потребитель связывает цену товара не только с его качеством, но и с уникальностью торговой марки, дизайном, сервисным обслуживанием и другими качествами, которые не относятся к цене. [Попов Ю., 2013 стр. 26].

Таким образом, понятие конкурентоспособности включает в себя много составляющих, таких как: основные характеристики товара (качество, актуальность, технология производства, доступность), соответствие производимых товаров и услуг требованиям рынка (цена, сроки поставки, сбыт, сервис, реклама).

Существует три подхода к определению данного понятия: конкуренция как состязательность на рынке; конкуренция как элемент рыночного механизма уравнивающего спрос и предложение; конкуренция как критерий определения типа отраслевого рынка [Богомолова, 2005].

Однако чаще всего конкурентоспособность определяют как способность конкурировать на рынках товаров и услуг, превзойти конкурентов в заданных условиях. При этом конкурентоспособность понимается как эквивалент успеха – товара, фирмы, отрасли, национальной экономики – относительно других экономических агентов.

В основе конкурентоспособности лежит сочетание цены и качества. Качество продукции — это определенная совокупность свойств товара, способная в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению [Горбашко, 2002].

Конкурентоспособная компания (фирма) – это компания, которая производит товары такого соотношения «Цена/качество», которое позволяет ей успешно конкурировать на рынке с другими производителями [Гимпельсон, 2008, стр.56].

При одинаковом качестве продукции производители конкурентоспособны только при условии, что их цены не превышают цен конкурентов. Новому производителю, еще не имеющему устойчивой репутации, для сохранения конкурентоспособности необходимо удерживать цену на свою продукцию на уровне ниже цен конкурентов. В случае если качество продукции будет ниже, чем у конкурентов, фирма может оказаться неконкурентоспособной даже при низкой цене на свой товар. Но, с другой стороны, имея репутацию производителя продукции высшего качества, поставщик может сохранять конкурентоспособность, даже установив более высокую, чем у конкурентов, цену [Осадчая, 2000].

Необходимыми условиями функционирования конкурентоспособного производства являются: использование современных технологий и методов управления, своевременное обновление фондов.¹⁹

Свойством конкурентоспособности обладают как товар и предприятие, так и отрасль.

Конкурентоспособность товара — это комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые определяют его успех на рынке [Гробашко, 2002].

Индикаторами конкурентоспособности продукции можно считать цену товара, его качество и назначение. Уровень качества и технический уровень продукции задаются техническим уровнем современного производства.

Конкурентоспособность товара определяет во многом конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и репутацию. Прочность положения предприятия на рынке определяется конкурентоспособностью производимых ею продуктов и возможностями вести конкурентную борьбу. Наибольшее воздействие на конкурентоспособность предприятий оказывают инвестиционные, инновационные и финансовые факторы.¹⁹

Существует множество определений понятия **конкурентоспособности фирмы** в работах отечественных авторов. Их можно разделить на три группы [Попов Ю., 2013 стр.34].

1. Конкурентоспособность предприятия определяется как обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [Захаров, 2004].
2. Вторая группа определений основывается на привлекательности выпускаемой продукции для потребителя. Например, конкурентоспособность – это способность предприятия противостоять на рынке другим производителям аналогичной продукции как по степени удовлетворения своими товарами конкретных общественных потребностей, так и по эффективности производственной деятельности.
3. В третьей группе определений акцент ставится на доверие к предприятию. Конкурентоспособность предприятия – это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене аналоги [Плотицына, 2010].

¹⁹ По материалам: Конкурентоспособность. / Финансовая энциклопедия.
<http://www.financialguide.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost>

Конкурентоспособность предприятия определяется следующими факторами [Борлакова, 2011]:

- Качество продукции и услуг;
- Наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта;
- Уровень квалификации персонала и менеджмента;
- Технологический уровень производства;
- Налоговая среда, в которой действует предприятие;
- Доступность источников финансирования.

Таким образом, для того чтобы добиться конкурентоспособного производства необходимо выполнять ряд требований:

- использовать современные технологии;
- выпускать социально востребованный продукт (высокое качество, современный дизайн, инновационный характер, послепродажный сервис, бренд предприятия)
- применять современные методы менеджмента;
- нанимать высококвалифицированный персонал, обеспечить стабильность и достойную заработную плату персоналу;
- получать экономическую выгоду от осуществляемой деятельности;
- своевременно обновлять оборудование и фонды;
- предоставлять обеспечение гибкости производства, пропорциональности, непрерывности и ритмичности процессов;
- добиться доверия со стороны партнеров (отношения с поставщиками и банками).

Конкурентная устойчивость предприятия основывается на соответствии системы управления предприятием его технологическому уровню производства. В противном случае, разрыв между этими показателями ведет к потере конкурентоспособности, и чем больше этот разрыв, тем быстрее предприятие теряет свою конкурентоспособность. Таким образом, конкуренция постоянно стимулирует улучшение использования способностей и знаний.

Очевидно, что для того чтобы выпускать товар на уровне мировых стандартов, необходимы новые технологии и современное оборудование. Это требует значительных

инвестиций, способных обеспечить не только высокое качество российских товаров, но и создать новые рабочие места.²⁰

Существует определенная взаимозависимость между конкуренцией и инновациями. В том случае если действующие на рынке фирмы технологически однородны, и конкуренция незначительна, вряд ли будут существовать какие-либо стимулы к инновациям. Соответственно, интенсивность инноваций будет максимальной, если отрасль неоднородна. Таким образом, по мере того, как отстающая фирма осуществляет инновации, отрасль будет быстро выходить из состояния неоднородности, что в свою очередь приведет к увеличению интенсивности инноваций. С другой стороны, когда конкуренция первоначально очень высока, у отстающей фирмы в неоднородной отрасли существует сравнительно мало стимулов к инновациям, в то время как лидер вообще никогда не будет осуществлять инноваций. То есть, в том случае если конкуренция очень высока, то ее рост приведет к снижению интенсивности инноваций [Aghion, 2005; Агион, 2008].

Конкурентоспособность отрасли определяется наличием у нее технических, экономических и организационных условий для создания производства и сбыта (с издержками не выше интернациональных) продукции высокого качества, удовлетворяющей требованиям конкретных групп потребителей. Конкурентоспособность отрасли предполагает наличие конкурентных преимуществ перед аналогичными отраслями за рубежом, которые могут выражаться в наличии рациональной отраслевой структуры, группы высококонкурентных предприятий лидеров, подтягивающих другие предприятия отрасли до своего уровня; отлаженной опытно конструкторской и прогрессивной производственно-технологической базы, развитой отраслевой инфраструктуры; гибкой системы научно технического, производственного, материально технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за ее пределами, эффективной системы распределения продукции [Мазилкина, 2009].

Внутриотраслевая конкуренция - соперничество между предпринимателями одной отрасли хозяйства за более выгодные условия выпуска и сбыта товаров. Предприятия отрасли имеют различные по качеству средства производства, техническую оснащенность и кадровый потенциал, вследствие чего и возникают различия в цене выпускаемой продукции [Мазур, 2003, стр. 30].

²⁰ Конкурентоспособность. / Финансовая энциклопедия.
<http://www.financialguide.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost>

На уровне отрасли под конкурентоспособностью можно понимать также как долю конкурентоспособных компаний в отрасли [Гимпельсон, 2008].

Конкурентоспособность каждой конкретной отрасли зависит и от способности промышленности вводить новшества и проводить модернизацию. В результате постоянно растущих требований компании увеличивают свое преимущество в борьбе с компаниями - мировыми лидерами [Мазилкина, 2009].

Одной из важных проблем, стоящих перед предприятиями и политиками является дилемма: заниматься собственными инновациями и НИОКР или заимствовать технологии и копировать продукты, которые уже доказали свою конкурентоспособность на мировом рынке. Исследованию этого вопроса будет посвящен следующий параграф.

2.2. ПИИ как фактор догоняющего развития.

В параграфе 2.1 данного диссертационного исследования было заключено, что для преобразования России в развитую страну первоначальной задачей должна стать разработка и реализация успешной стратегии догоняющего развития, проводимая в рамках политики импортозамещения, которая приблизила бы российский душевой ВВП к уровню развитых европейских стран. Затем, уже в рамках промышленной политики, ориентированной на экспорт, можно будет «завоевывать» долю на мировом рынке несырьевой продукции.

Понятие «догоняющее» развитие означает, что страны, реализующие данную стратегию развития, все еще отстают от передовых государств по ряду направлений (наука, техника, использование передовых технологий) и вынуждены догонять их. Однако по ряду показателей этот разрыв сокращается.

В основу догоняющей стратегии обычно ставят задачу заимствования [Полтерович, 2007]. Существуют несколько источников заимствования: покупка лицензий, прямые иностранные инвестиции, ведение внешней торговли, обновление образования, сотрудничество с западными специалистами. Но главным инструментом является ПИИ.

В Федеральном законе прямые иностранные инвестиции (ПИИ) определяются как «приобретение иностранным инвестором доли (не менее 10 %) в уставном капитале коммерческой организации (созданной или вновь создаваемой на территории РФ) в форме хозяйственного товарищества или общества; вложение капитала в основные фонды филиала иностранного юридического лица, создаваемого на территории Российской Федерации; осуществление на территории Российской Федерации иностранным инвестором как арендодателем финансовой аренды (лизинга) оборудования таможенной

стоимостью не менее 1 млн. рублей» [ФЗ № 160]. ПИИ принимают две основные формы – создание новых предприятий и международные приобретения действующих компаний, причём эти две формы не заменяют друг друга.

Прямые иностранные инвестиции представляют собой действительные капиталовложения в реальный сектор экономики. ПИИ способны сочетать непосредственные капиталовложения с передачей управленческих навыков и обеспечить доступ к иностранным технологиям и связям [Фишер, 2005].

Конечно же, у инвесторов существуют мотивы размещения инвестиций. Обычно выделяют три типа таких мотивов: политические, экономические и конкурентные.

Политические мотивы проявляются, когда правительство решает ограничить импорт для защиты внутренних производителей от конкуренции. В этом случае, иностранные бизнесмены могут проникнуть на закрытые для них рынки, заключив соглашение о производстве или в этой стране. К тому же этот способ применяют и для обхода квот, тарифов и пошлин на импорт. Однако не всегда политическим мотивом размещения ПИИ выступает преодоление ограничений в торговле. Часто политические факторы используются местными властями в как стимул для привлечения инвестиций (таможенные и налоговые льготы, например).

Экономические факторы могут также влиять на потоки ПИИ. Компании, размещающие производство в другой стране могут получить значительную экономию на масштабе операций, получить доступ к необходимым ресурсам. Кроме того, производство будет выгодным, если в стране-реципиенте возможно будет снизить издержки и произвести дешевле, а затем экспортировать в страны в высокими ценами на этот товар.

Иногда инвестиции в иностранные компании делаются и с целями выхода на зарубежные рынки или для получения производственной экспертизы [Хэррис, 1996].

Существует три метода размещения ПИИ:

- поглощение или слияние с уже существующим предприятием;
- совместное предприятие (вновь созданное или с уже существующим производством)
- стратегические альянсы (цели создания альянсов – проведение маркетинговых операций, обмене технологиями, совместных НИОКР). Такие альянсы образуются как на неформальной, так и на контрактной основе [Хэррис, 1996].

Но поскольку импорт технологий выгоден не только инвесторам, но и странам-получателям, начиная 1966 года, когда появилась теория Р. Вернона, теории и концепции ПИИ постоянно дополняются и совершенствуются.

Теории ПИИ отражают исторические этапы экономической транснационализации в западных и развивающихся странах и воздействие ПИИ на национальные экономики и мировую торговлю. Они выступают основой для анализа потоков ПИИ и помогают понять, почему отдельные экономики и отрасли более конкурентоспособны, демонстрируют ключевые факторы успеха.

В приведенной ниже таблице перечислены существующие теории ПИИ, с указанием их основных положений (см. табл. 2.1).

Таблица 2.1 Теории ПИИ

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
Цикл международного производства товара	Вернон Р. (1966 г.)	ПИИ и международная торговля, жизненный цикл товара.	Характерной чертой концепции является комбинирование элементов международной экономики (международная торговля и причины перемещения производства и целых отраслей) с теорией маркетинга (кривая жизненного цикла товара). Жизненный цикл товара (ЖЦ) и соответствующее изменение издержек подсказывает лидерам корпораций три типа решения: производить товар дома, экспортировать его или переносить его производство на иностранные рынки. Сам ЖЦ товара состоит из трех основных фаз: инновация, зрелость и стандартизация. В период внедрения нового товара компании-инноваторы пользуются временной монополией на домашних рынках, чтобы покрыть часть издержек на НИОКР и маркетинг. Когда товар вступает во вторую фазу своего ЖЦ, компания обычно ищет возможности его экспорта. На этапе стандартизации предпринимают инвестирование за рубеж и размещение производств в других странах.
ТНК и несовершенная конкуренция	Хаймер С. (1960 г.)	Конкурентоспособность ТНК и их международная деятельность	Иностранные инвесторы используют несовершенства рынка, т.к. производственные инвестиции за рубеж связаны с большими рисками и затратами, чем производство в национальной экономике. Требуется дополнительное инвестирование, чтобы покрыть издержки на дистанционное управление зарубежными филиалами, на маркетинговую деятельность и развитие (лингвистиче-

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
	Киндльбергер Ч. П. (1969 г.)		<p>ские и культурные барьеры). Значит, из-за несовершенств рынка для успешной работы иностранный инвестор должен обладать монополистическим преимуществом на этом рынке.</p> <p>Расширил концепцию Хаймера, выделив на основе несовершенств рынка четыре ключевых фактора успеха ТНК.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Несовершенства, связанные с товарной политикой фирм (техника маркетинга, имидж бренда, товарная дифференциация). 2) Несовершенства, связанные с факторами производства (прямой контроль над производством, технологии, квалификация персонала, привилегированный доступ к рынкам капитала). 3) Возможность использования внутренней и внешней экономии на масштабе. 4) Политика правительства и его интервенция.
Олигополия и ПИИ	Никкербеккер Ф. Т. (1973 г.)	Олигополистические структуры и ПИИ	<p>На основе 20-тилетнего изучения международной деятельности 187 компаний США, было установлено, что в олигополистических отраслях национальные конкуренты автоматически следуют за лидерами рынка. В 45% случаев стратегия «следования за лидером» наблюдалась в течение 3-х лет с момента первичного инвестирования, а в 75% - в течение 7-и лет. Эта модель не объясняет первоначальные инвестиционные мотивации лидеров рынка, но она может быть использована для отбора корпораций, которые уже проникли на данный рынок. Модель не подходит для отраслей с высоким уровнем концентрации, таких как энергетика и металлургия, тут лидеры предпочитают простой раздел рынка.</p>
	Грэм Х. (1978 г.)		<p>Усовершенствовал модель, объяснив инвестиционное поведение европейских ТНК в частности в США.</p> <p>Было выявлено, что цель этих ТНК – сопротивление стратегиям американских компаний в Европе, а не «сражение» со своими европейскими конкурентами в США. Отражая «американ-</p>

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
			<p>скую угрозу» на домашних рынках, европейцы форсировали свои усилия по интернационализации. Таким образом, ПИИ не всегда определяются видимыми причинами экономической выгоды - по крайней мере, не на начальной стадии, - но в значительной мере могут рассматриваться как контрмеры, направленные на сдерживание своих основных конкурентов дома и за рубежом.</p>
Теория интернализации	Баккли П., Кассон М. (1976 г.)	Интернализация, интеграция и ПИИ	<p>Концепция интернализации (англ. internalization - объединение всех технологий и ноу-хау внутри компании) устанавливает связь между ПИИ крупных корпораций и их внутренней организацией, отражающей иерархическую интеграцию бизнес-функций. Согласно этой концепции, компании могут расширять свою деятельность при наличии целостной внутренней структуры. В теории было отмечено, что предыдущие теории (в частности, теории Хаймера, Киндльбергера) чрезмерно акцентировали внимание на производственной функции и пренебрегали другими уникальными преимуществами, такими как международная организация деятельности, маркетинговые и управленческие ресурсы, финансовый менеджмент, умение лидировать, развитие человеческих ресурсов. Эти преимущества позволяют компаниям выходить в лидеры и распространять свою деятельность на другие рынки.</p> <p>Инвестирование становится более выгодным, чем экспорт, особенно если выбранные рынки стратегически важны. Ограничения, применяемые в ряде стран-реципиентов, вынуждают компании интернационализировать свою деятельность.</p> <p>Интернализация существует практически во всех промышленных секторах с высокими затратами на НИОКР и капиталоемким производством (химическая промышленность, автомобилестроение), а также в отраслях с большим количеством промежуточных товаров в виде компонентов и полуфаб-</p>

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
			<p>рикатов (бытовая электроника, фармацевтика). Внутренняя структура компании может рассматриваться как альтернативный рынок, где затраты и трансферты могут быть снижены посредством экономии на масштабе.</p>
<p>Парадигма «Летящих гусей»</p>	<p>Акамацу К. (1938 г.)</p>	<p>Экономическое развитие и ПИИ</p>	<p>Это обобщенная теория экономического развития, согласно которой существуют три фазы развития отрасли. На первой фазе продукция поступает в экономику через импорт от зарубежных производителей. Вторая фаза предполагает открытие новых местных производств для удовлетворения растущего национального спроса. Затем, уже на третьей фазе развития отрасли, излишки продукции экспортируются на новые зарубежные рынки. Теория была построена на основе наблюдения за текстильной промышленностью Японии. Оказалось, что последовательное появление импорта, местного производства и экспорта графически напоминают формирование стаи диких гусей. Такие модели наблюдались в текстильной промышленности (производство хлопчатобумажных нитей и тканей) и, позднее, для ее отрасли-поставщика - сектора промышленного оборудования (прядильные станки).</p>
	<p>Коджима К. (1978 г.) Озава Т. (1985 г.)</p>		<p>Парадигма «летящих гусей» Акамацу объясняла развитие экономик-преследователей. Догоняющие страны развивают свои экономики, соревнуясь с лидерами. Коджима и Озава дополнили эту теорию, добавив в неё фактор прямых иностранных инвестиций и продемонстрировали, как технологическая и финансовая помощь иностранных ТНК может форсировать экономический прогресс в развивающихся странах. Так же было показано, что активизировать «погоню» может устранение торговых барьеров и обеспечение условий, стимулирующих корпорации перемещать свои технологии и ноу-хау.</p>

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
			<p>В качестве доказательства были приведены в пример японские компании, переместившие свои производства и менеджмент на азиатские рынки. Японские инвестиции повлекли за собой создание большого числа конкурентоспособных отраслей, таких, как автомобилестроение и текстильная отрасль в Таиланде, сектор бытовой техники в Малайзии и Гонконге, производство микрокомпьютеров на Тайване.</p>
<p>ПИИ и конкурентное преимущество наций</p>	<p>Портер М. (1990 г.)</p>	<p>Конкурентоспособность стран - реципиентов ПИИ</p>	<p>Была изучена конкурентоспособность более чем в ста отраслях десяти ведущих промышленно развитых стран, на долю которых приходится значительная часть экспорта соответствующих стран. Автор показывает динамическое взаимодействие между стратегиями ТНК и конкурентными преимуществами стран-реципиентов. Выделяются четыре определяющих фактора конкурентного преимущества, которые вместе образуют «бриллиант конкурентного преимущества».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Корпоративная стратегия, структура и конкуренция (управление и умение лидировать, цели компании, организация новых сфер бизнеса и предпринимательство, обеспеченность рисковым капиталом и т. д.) 2) Состояние факторов, в частности человеческих, физических, знания, капитал, инфраструктура. 3) Составляющие спроса, такие как объем спроса в стране, темпы его роста, сегментация потребителей, характеристики потребителей (потребности, экстравагантность, уровень покупательной способности, международная мобильность и т.п.). 4) Существование сопутствующих и поддерживающих отраслей. <p>Позже Портер добавляет еще два элемента к своему «бриллианту»:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5) Роль случай - резкие перемены на мировых рынках, изменение спроса, а также политические факторы. 6) Правительственная интервенция (либеральная или сдерживающая политика).

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
Эклектическая парадигма (OLI)	Даннинг Д. (1981 г.)	Детерминанты ПИИ	<p>Данная теория объясняет все типы интернационализации в соответствии с имеющимися преимуществами для иностранного инвестора. Объем иностранных активов ТНК определяется тремя составляющими:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. природой и набором конкурентных преимуществ для иностранных инвесторов (Ownership-specific advantages, O – преимущества) 2. природой и набором местных факторов и рынков (Location-specific advantages, L – преимущества) 3. максимально возможной степенью интернационализации компаний (Internalization-specific advantages I – преимущества). <p>Данная парадигма представляется не только расширенной теорией интернационализации, но также затрагивает существенные элементы бизнеса и теории стратегического управления.</p>
Инвестиционное развитие страны (IDP)	Даннинг Д. (1981 г.) Нарула Р. (1994 г.)	Классификация стран по их инвестиционному развитию	<p>Утверждает, что импорт и экспорт страной ПИИ прямо зависят от уровня ее экономического развития по отношению к остальному миру. Парадигма IDP предполагает, что страны проходят через пять основных стадий развития.</p> <p>На первой стадии в стране низкий уровень импорта ПИИ, страна не экспортирует ПИИ, низкая конкурентоспособность отечественных фирм.</p> <p>На втором этапе увеличивается объем входящих ПИИ, также страна начинает вывоз ПИИ, у фирм появляется ряд конкурентных преимуществ.</p> <p>Третий этап отличается замедлением роста ввоза ПИИ и быстрым ростом экспорта ПИИ, а также увеличением дохода на душу населения.</p> <p>На четвертом этапе развития экспорт ПИИ превышает импорт, отечественные отрасли обладают высокой конкурентоспособностью, как на внутреннем, так и на мировом рынке, совершенствуются процессы производства, страна приобретает мировое лидерство</p>

Теория	Автор	Проблематика	Основные положения
			<p>в ряде отраслей. На пятом этапе снова наблюдается рост экспорта и импорта ПИИ, в стране образуются ТНК, очень высок доход на душу населения, страна занимает лидирующие позиции в капиталоемких, высокотехнологичных отраслях. Страны могут быть и реципиентами инвестиций, и внешними инвесторами. Это зависит от их классификации, которая определяет, на какой фазе своего инвестиционного развития находится страна. Согласно этой теории, компании размещают ПИИ на тех рынках, где ВВП на душу населения является ниже, чем в стране-инвесторе до тех пор, пока страна-инвестор не достигнут пятого этапа их инвестиционного развития.</p>

Источник: [Фишер, 1999; Жилина, 2012; Троекурова 2004]

Положения отдельных теорий могут оказать помощь в оптимизации всего процесса привлечения ПИИ в страну, начиная со стратегического планирования и заканчивая фазой реализации и контроля над их эффективностью.

Например, теория, разработанная Р. Верноном, может оказать помощь в проведении мониторинга стадий жизненного цикла ведущих отраслей промышленности (машиностроения, высокотехнологичных химических производств, аэрокосмического комплекса) и высоких технологий (микроэлектроники, биотехнологий).

Теория «ТНК и несовершенная конкуренция» помогает сделать выводы, что странам необходимо тщательно изучить иностранных инвесторов. В частности, необходимо узнать, в чем состоят специфические преимущества компании, определяющие ее готовность к инвестированию, какие формы инвестирования (совместные предприятия, дочерние компании) собирается реализовывать компания – инвестор и какие есть способы побуждения ТНК к переносу высоких технологий и ноу-хау.

Парадигма «летающих гусей» предоставляет для размышления несколько фактов, которые нужно учитывать при разработке стратегий экономического развития, основанных на ПИИ. Действительно существуют подтверждения тому, что международная экономическая интеграция способствует перетоку технологий из

лидирующих в отстающие страны. Но для этого страна, во-первых, должна оставаться открытой для ПИИ от иностранных ТНК. Во-вторых, политика привлечения ПИИ должна быть тщательно проработана.

Таким образом, можно заключить, что должна быть сформирована стратегия последовательной государственной политики по формированию условий привлечения ведущих иностранных производителей к производству продукции отрасли на территории Российской Федерации. Реализация такой стратегии позволит сократить, а впоследствии и ликвидировать технологическое отставание от ведущих мировых производителей [Стратегия №1150].

2.3. Ограничивающая роль ПИИ в обеспечении ведущих позиций отрасли

В ряде стран передовые технологии нередко создавались на основе уже готовых, заимствованных технологий, поскольку создание собственных передовых технологий и инновационный прорыв в развивающейся стране невозможен в силу некоторых причин. В своей работе «Проблема формирования национальной инновационной системы» В.М. Полтерович перечисляет эти причины [Полтерович, 2009]. Во-первых, новые технологии создаются на базе уже освоенных. Во-вторых, для использования принципиально новой технологии в одном узле, потребуются изменения и во многих других узлах, так как технологии комплементарны. В-третьих, заимствовать технологии дешевле, чем разрабатывать, что приводит к низкому стимулу для новых разработок и отсутствию спроса на научные исследования. Также среди причин указывается слабая защита прав на интеллектуальную собственность, «утечка мозгов» из-за различий в заработной плате и инфраструктуре исследований.

Эффективное заимствование - это сложная задача. Импорт технологий даёт шанс стране с развивающейся экономикой догнать развитые страны. Но за последние шестьдесят лет лишь немногие развивающиеся страны стали развитыми. В пример можно привести Японию, Корею, Грецию, Испанию, Португалию.

Это происходит вследствие того, что влияние ПИИ на принимающую экономику неоднозначно. Они оказывают на экономику принимающей страны как положительное, так и отрицательное влияние. Причем влияния иностранных инвестиций зависит от способности страны принять эти инвестиции [Durham, 2004].

Можно выделить следующие положительные эффекты от ПИИ:

- иностранный капитал способен повысить технический уровень и эффективность производства с помощью новых технологий и смены устаревшего оборудования;
- ПИИ будут способствовать улучшению организации производства, передаче управленческого опыта (передовые методы управления производством, эффективное управление сбытом, проведение углубленных маркетинговых исследований), внедряются новые системы контроля качества, передовые формы организации производства;
- с приходом иностранного капитала происходит расширение объема производства, что поможет разворачиванию сопряженных отраслей;
- за счет прихода в отрасль иностранных производителей, появления предприятий-дублеров, формируется здоровая конкурентная среда, являющаяся серьезным стимулом к развитию и повышению качества производимой продукции [Назаров, 2001];
- ПИИ способствуют увеличению спроса на квалифицированную рабочую силу, инженеров и ученых (часто иностранный инвестор принимает на себя обучение и переобучение местных кадров); увеличивается количество рабочих мест (особенно при строительстве новых хозяйственных объектов); осуществляется переподготовка российского персонала;
- вслед за новыми технологиями в страну возвращаются высококвалифицированные кадры, получившие опыт работы в иностранных компаниях и трудоустраиваются в местные компании [Borensztein, 1998];
- иностранные инвестиции положительно влияют на уровень заработных плат в принимающей стране. Заработная плата, выплачиваемая иностранными компаниями, обычно на 10% больше, чем на местных (у рабочих одинакового уровня квалификации). В связи с этим отечественные компании должны увеличивать оплату труда, чтобы привлечь квалифицированные кадры [Lipsey, 2002];
- привлечение иностранных фирм, работающих на экспорт, ведет к увеличению экспортных доходов страны-реципиента, а, следовательно, и приросту ВВП принимающей инвестиции страны;
- повысится техноёмкость и наукоёмкость внутренних инвестиций и местного производства;
- инвестиции могут стимулировать создание новых местных компаний. Яркий пример – приход компании Suzuki в Индию: спустя 10 лет сотрудничества 90% комплектующих стали отечественными [Parikh, 1997];

- отечественные предприятия учатся на опыте иностранных компаний и со временем составляют конкуренцию последним.

Все положительные эффекты от ПИИ вкупе способны значительным образом повысить конкурентоспособность и производительность отечественных товаров и предприятий.

Но иностранное присутствие может оказывать и негативные воздействия на воспроизводственный процесс в стране-реципиенте [Белоус, 2003].

- Часто инвестиции зарубежных фирм являются источником дополнительных средств для финансирования внутренних капиталовложений лишь до тех пор, пока прибыли не превысят эти инвестиции.
- Использование схем укрытия прибыли и увода ее от налогообложения, и эти сокрытые прибыли, как правило, уходят за рубеж.
- В сегодняшней России кредиты ее банков и других кредитных организаций обходятся нерезидентам дешевле, чем резидентам. И не только потому, что обменный курс рубля по отношению к доллару сильно занижен, но и потому, что процентная ставка по кредитам в долларах существенно ниже, чем по кредитам в рублях.
- Прямые инвестиции зачастую не ведут к улучшению структуры накопления и производства в принимающей стране, поскольку иностранные фирмы, руководствуясь теорией жизненного цикла продукции, переводят за рубеж преимущественно те технологии и то оборудование, которые в их стране утратили статус новейших [Портер, 1993].
- Нередки случаи сброса в Россию морально устаревшего оборудования для выпуска вчерашних моделей²¹, а также оборудования для производства, сдерживаемого за рубежом правительственными ограничениями (например, табачных изделий). Кроме того, некоторые производства могут негативно сказаться на экологической обстановке [Назаров, 2001].
- Не всегда иностранного инвестора устраивает качество российской продукции. В таком случае он предпочитает закупать оборудование и комплектующие у своих поставщиков за рубежом. Тогда дополнительный спрос на рабочую силу в стране-реципиенте не возникает.
- Вследствие ухудшения инвестиционного климата или кризиса в экономике возможно сокращение числа занятых на предприятиях с иностранным участием.

²¹ Но в случае, если отрасль сильно отстала, то даже морально устаревшие технологии могут оказаться прорывными.

Угрозу массовых увольнений зарубежные фирмы несут и тогда, когда их скупают уже существующие местные компании.

- Известны случаи приобретения предприятий иностранными компаниями с целью устранения конкурента [Белоус, 2003].
- Искушение доступностью second-hand технологий, быстрой от них отдачей способно обернуться вялостью или свертыванием собственных прорывных НИОКР [Дементьев, 2006].

Что касается России, то для нее позитивный эффект прямых иностранных инвестиций на экономику является пока скорее исключением, чем правилом. А вот негативные эффекты практически в «полном составе» присущи российской экономике.

В связи с этим в России требуется выработка такой промышленной политики, которая способна обеспечить реализацию созидательного потенциала ПИИ и нивелировать проявление негативных эффектов. Кроме того, важно чтобы эти созидательные эффекты достигались не только в краткосрочном периоде, но и в перспективе.

Для того чтобы ПИИ в развивающуюся экономику оказывали позитивное влияние на её рост и повышение конкурентоспособности, необходима соответствующая политика регулирования. В первую очередь должно ставиться требование к иностранным инвесторам, касающиеся передачи технологий не только простых компонентов, но и сложных узлов и агрегатов, которые занимают большую часть добавленной стоимости. В противном случае, локализация будет оставаться на низком уровне и передовые технологии не будут получены.

Поскольку способность страны «переварить» приток иностранных инвестиций зависит от уровня образования, необходимо ставить условие найма на работу определенной доли отечественных работников, в том числе, и на руководящие должности, которые будут проходить систематические стажировки за рубежом [Михайлова, 2009].

Кроме того, встречаются случаи, когда фирмы пытаются заимствовать слишком «продвинутые» технологии, которые трудно обслуживать из-за отсутствия в стране соответствующих кадров и подходящих сырья и комплектующих. Таким образом, ещё одним условием быстрого инновационного развития является учет комплементарности технологий: изменение технологии в одной отрасли требует изменений у смежников [Полтерович, 2009].

Для привлечения иностранного капитала в экономику России необходимо предоставлять и получать достаточно достоверную информацию:

- состояние конкурентов по привлечению ПИИ,

- предложение ПИИ,
- поведение главных ТНК,
- изменение собственного промышленного потенциала России.

Кроме того, препятствием роста инвестиций в России являются институциональные барьеры, например, коррупция и бюрократизм, которые также требуется устранять [Кувалин, 2006].

ПИИ могут стать эффективным инструментом модернизации и развития автомобильной отрасли. Однако ограничиваться одними иностранными инвестициями нецелесообразно. Крайне важной задачей при заимствовании технологий является проведение собственных исследований по мере роста уровня развития страны. Чем выше этот уровень, тем больше необходимость проведения собственных НИОКР для эффективного заимствования. Заимствования и собственные разработки не противоречат, а дополняют друг друга. Этот пункт особенно актуален в свете активного применения технологий электроники (относящихся к пятой технологической волне), массовой разработки нанотехнологий и надвигающейся технологической революции²². Если это условие не будет выполняться, дистанция между лидерами и реципиентами будет сохраняться. ПИИ помогают решать задачи догоняющего развития, но не гарантируют выхода на лидирующие позиции.

Кроме того, в свете недавнего вступления России в ВТО ряд государственных мер, характерных для политики импортозамещения, в скором времени станет недоступен (тарифное регулирование, субсидии, льготы и т.п.). Поэтому от государства потребуется разработать другие процедуры защиты интересов российских производителей, которые будут уместны в рамках ВТО.

Только при таких условиях поток ПИИ будет способствовать повышению конкурентоспособности как производимой продукции, так и промышленности, и, соответственно, экономики страны в целом.

Таким образом, во второй главе данного исследования была изучена возможность реализации моделей промышленной политики для осуществления эффективного заимствования. В этой главе дано обоснование необходимости осуществления промышленной политики в России, проведено сравнение двух самых распространенных моделей промышленной политики (импортозамещения и экспортоориентирования), оценены плюсы и минусы реализации той или иной экономической стратегии. Это

²² **технологическая революция** - совокупность крепко связанных технических инноваций, предполагающих использование низкзатратного ресурса широкого применения (энергия, материал и т. д.) и новую инфраструктуру [Сухарев, 2013].

сравнение показало, что нельзя делать упор только на одну из стратегий. Первоначально нужно опираться на импортозамещение, но как показывает мировой опыт, долгое время базироваться на этой модели нельзя (грозит консервация отставания). Стране необходим плавный переход от импортозамещающей модели к экспортоориентированной.

Поскольку в России еще не сформирована политика импортозамещения, упор в исследовании был сделан на изучение стратегий догоняющего развития и использования ПИИ как важного фактора такого развития. Был проведен анализ существующих теорий ПИИ и оценена их роль в оптимизации процесса привлечения прямых инвестиций в страну. Также в рамках исследования теорий ПИИ сопоставлены плюсы и минусы прямых иностранных инвестиций. Показано, при каких условиях ПИИ могут стать эффективным инструментом модернизации и развития. Обосновано, чтобы не попасть в ловушку технологического иждивенчества, по мере привлечения ПИИ необходимо проводить и собственные НИОКР.

Глава 3. Прямые иностранные инвестиции в легковой автомобильной промышленности России: достигнутые результаты и ориентиры на перспективу

3.1. ПИИ в российской автомобильной промышленности

Современная Россия уже обладает богатым опытом привлечения иностранных производителей в автомобильную промышленность. Начало этого процесса можно отнести к 1997 г., когда был построен первый завод по производству иномарок – «Автотор». Калининградский ЗАО «Автотор» начал функционировать в 1999 году. Это единственное в России предприятие, пользующееся таможенными льготами на ввоз крупных узлов.

Вторым заводом, собирающим иномарки, стал «ТагАЗ». Запуск в эксплуатацию «ТагАЗа» произошёл в 1998 году. В 2000 году в качестве стратегического партнера выбрана южнокорейская компания Hyundai Motor. В январе 2008 года в отдельном цеху началась промсборка корейских внедорожников SsangYong, которые поступают в продажу под маркой «ТагАЗ».

В 2002 году появилось ещё одно предприятие, собирающее автомобили по лицензии. ОАО «Северсталь-авто», ныне Sollers, в 2005 году начало выпускать автомобили SsangYong. С 2006 года партнёром компании стал FIAT. Также на заводе выпускались коммерческие автомобили ISUZU.

В 2002 году в России стартовал «режим промышленной сборки». В режиме промышленной сборки участвуют процессы сборки кузова, монтажа оборудования и проведения контрольных испытаний готовых транспортных средств. Ижевский автозавод стал первым российским предприятием, работающим в новом для России режиме промышленной сборки. Автомобили на заводе «Иж-Авто» стали собирать с 2005 года.

В 2007 году в России появился ещё один вид сотрудничества по производству иностранных автомобилей – стратегический альянс. На данный момент в России существует уже два соглашения такого типа. Первым стало стратегическое соглашение «АвтоВАЗа» и Renault, подписанное в 2007 году, результатом которого предполагается выпуск автомобилей совместно с Renault под маркой Lada.

Вторым стало создание альянса между компаниями Sollers и FIAT. В феврале 2010 года эти компании объявили о создании стратегического альянса.

Компания Sollers в феврале 2010 г. создала совместное предприятие с итальянским концерном FIAT. Запланированный участниками совместного предприятия уровень локализации должен был достичь 80%. Но компании расторгли соглашение, и в феврале 2011 г. Sollers подписала меморандум с компанией Ford о намерениях создать совместное предприятие уже по новым условиям промышленной сборки²³.

С 01 октября 2011 года начало работу новое совместное предприятие «Ford Sollers Холдинг». В совместное предприятие Ford и Sollers входят производственные площадки компаний во Всеволожске (Ленинградская область), а также в г. Набережные Челны и на территории Особой экономической зоны «АЛАБУГА» (Республика Татарстан), на которых производятся пассажирские автомобили и легкие коммерческие автомобили Ford.

Исходя из вышеизложенного материала, получение иностранного опыта можно условно разделить на четыре этапа и выделить четыре **формы** ПИИ в российский автопром:

- крупноузловая сборка;
- сборка автомобилей по лицензии;
- промышленная сборка;
- стратегические альянсы.

Рассмотрим подробнее каждый этап.

Крупноузловая сборка. Первым заводом по сборке иномарок в России стал «Автотор» (Калининградская обл.), где собираются (а не производятся) 27 моделей различных марок, преимущественно General Motors (см табл. 2.4).

Механизм такого режима заключается в том, что на территорию собирающей страны ввозят крупные узлы и агрегаты (отсюда и название режима – крупноузловая сборка, или SKD), из них автомобили собирают как конструктор. Исходя из главного принципа крупноузловой сборки, можно выделить несколько основных характерных черт такого режима:

- отсутствие локализации сборочного производства, что автоматически закрывает доступ к иностранным технологиям и исключает реализацию

²³ Новые условия промышленной сборки подразумевают, что автопроизводитель обладает правом беспошлинного ввоза автокомпонентов в течение 8 лет и обязуется построить новые (либо модернизировать существующие) производственные мощности, локализовать в России производство двигателей и трансмиссий, штамповку кузовных деталей, инженерный центр и производить в стране не менее 300 тыс. автомобилей, минимум на 30% из которых должны устанавливаться двигатели российского производства. Локализация для новых производств предусмотрена на уровне 55, а для существующих – 60% [Приказ №678].

мультипликативного эффекта, при котором с развитием автомобильной промышленности развиваются и смежные производства;

- создание новых рабочих мест, безусловно, является положительным эффектом, но их количество невелико, что обусловлено малыми объемами работы непосредственно на собирающем заводе;

Именно из-за последнего фактора правительство обеспокоилось ростом объема SKD-сборки и расширило список простых сборочных операций²⁴.

Ранее для того, чтобы заявить, что автомобиль произведен в России, достаточно было собрать его на российском заводе из ввезенных из-за рубежа крупных узлов, поэтому иностранные автопроизводители не были заинтересованы в налаживании настоящего производства в России. При таком условии крупноузловая сборка могла действительно привести к остановке российского автопрома. Но поскольку «Автотор» стал единственным заводом такого рода в России, сегодня такой угрозы уже не существует.

Лицензионная сборка. Следующим после «Автотора» заводом стал построенный в Таганроге «ТагАЗ», который в 1998 г. подписал лицензионное соглашение с южнокорейским автопроизводителем Hyundai. На мощностях таганрогского завода собирают модели Hyundai, Vortex и TAGAZ (см. табл.2.4). В отличие от «Автотора» в Таганроге с 2003 г. осуществляется другой режим сборки – SKD²⁵. По аналогичной пока еще схеме функционирует другой крупный производитель – компания Sollers, которая работает совместно с итальянским концерном FIAT Group.

До недавнего времени в Татарстане (ОЭЗ «Елабуга»), наравне с легковыми моделями FIAT Albea, осуществлялся выпуск легких коммерческих моделей Doblo и Ducato. Последняя модель уже подтвердила свою конкурентоспособность, выиграв государственные тендеры, объявленные Минздравсоцразвития и Мосгортрансом на поставку машин для скорой помощи и маршрутных такси. Теперь на площадках по производству FIAT будут производиться автомобили Ford, однако, – в рамках уже другого режима сборки.

²⁴ Для контрактов, заключенных после 2007 г., действует новый список простых сборочных операций. Выполнение только операций из предыдущего списка не дает права на получение льгот на ввоз необходимых комплектующих.

²⁵ SKD, completely knocked down – сборка полностью разобранных машинокомплектов. Это сложная технология фактически является полноценным производством со сваркой и окраской кузовов, которое сейчас существует на «АвтоВАЗе», «ГАЗе», «УАЗе» и на заводах Ford, Toyota и «Автофрамос».

Главным отличием режима лицензионной сборки от режима крупноузловой сборки является принцип сборки полностью разобранных машинокомплектов. Такой принцип предполагает формирование, внедрение и развитие важнейшего механизма – локализации производственного процесса.

Локализация – процесс организации производства (именно производства, а не сборки) деталей и компонентов различной технологической сложности на предприятиях собирающей страны. Таким образом, локализация фактически является прямым вкладом в производство национального ВВП, и чем выше степень локализации, тем больше этот вклад. Не менее важной функцией локализации является импорт технологий. Другими словами, производители собирающей страны осваивают производство тех или иных компонентов согласно «авторской» технологии и стандартам, после чего используют полученный опыт при разработке и производстве собственной аналогичной продукции.

Режим промышленной сборки (РПС). Как раз с развитием этого режима связаны основные надежды на развитие отрасли, ведь именно в рамках РПС *локализация производственного процесса прописывается как условие*, необходимое для работы на территории России. Такое условие является важным отличием РПС от режима лицензионной сборки.

Так, ранее при подписании соглашения иностранный автопроизводитель обязался организовать полный цикл²⁶ производства не менее чем 25 тыс. автомобилей ежегодно, а также локализовать затраты на импортируемые автомобильные компоненты до 50% общего объема импорта автокомпонентов в 2015 г. По новым условиям при подписании соглашения о сборке иномарок в России объем производства должен достигнуть 300 тыс. автомобилей в год, а локализация – 60% [Непомнящий, 2010].

Это означает, что на предприятиях России может производиться до половины добавленной стоимости каждого собранного здесь автомобиля.

Одним из первых заводов, на котором внедрили режим промышленной сборки, стал «Иж-Авто», который выпускает модели концерна KIA. Сейчас в режиме РПС уже работает девять автопроизводителей (см. табл. 2.4).

Только в рамках режима промышленной сборки с 2002 г. по настоящее время в российский автопром направлено иностранных инвестиций на сумму более 82 млрд руб. В России производят около 20 новых моделей ведущих автопроизводителей, которые обладают технологиями, стандартами, опытом и знаниями, необходимыми отрасли.

²⁶ Сварка и окраска кузова, а также сборка готового автомобиля.

Вместе с тем, что в рамках режима промышленной сборки, в отличие от режима лицензионной сборки, локализация является обязательным условием, именно развитие режима промышленной сборки позволило увидеть некоторые проблемы, которые необходимо решать.

Во-первых, согласно «Стратегии», в настоящее время в России только 5% поставщиков автокомплекующих могут поставлять продукцию, соответствующую мировым стандартам качества. Если средний показатель дефектности по ISO16949 в среднем не превышает 70 единиц на миллион деталей массового производства, то у российских производителей аналогичный показатель превышает 1000 единиц [ГОСТ Р 51814.1-2009]. В связи с этим иностранные производители в стремлении сохранить высокое качество и надежность своих автомобилей не собираются активно наращивать локализацию.

Во-вторых, даже если локализация и увеличивается, то сегодня это преимущественно достигается за счет налаживания в России производства технологически несложных деталей и комплектующих (пластик обивки салона, бамперы, стекла, коврики, автопокрышки, колесные диски и т.д.). При условии, что такая динамика продолжится, и отечественная промышленность не перейдет к освоению таких технологически сложных узлов и агрегатов, как коробка переключения передач (КПП), силовая установка (двигатель), электрооборудование, – все усилия, направленные на развитие российского автопрома на базе импорта зарубежных технологий, могут не дать ожидаемого результата.

Стратегические альянсы. Первым стал альянс «АВТОВАЗ» – RENAULT. В 2007г. «АвтоВАЗ» и французский автопроизводитель Renault подписали соглашение о стратегическом партнерстве. В рамках такого соглашения предполагается, что в обмен на 25% акций Волжского завода, а также в обмен на доступ к мощностям «АвтоВАЗа» Renault предоставит технологии и стандарты, а также принимает условие, что автомобили на базе его технологий будут называться Lada. В частности, осенью 2008 г. в Париже было подписано соглашение о приобретении у компании Renault ноу-хау и различных прав (например, бессрочные лицензии на производство и сборку силового агрегата и на производство, сборку и дистрибьюцию автомобилей на базе платформ Renault Logan MCV и Sandero).

Кроме того, компании планируют создать совместное предприятие по производству автокомпонентов, что может значительно ускорить процесс импорта технологий. По планам «АвтоВАЗа» локализация процесса при производстве комплектующих в случае создания совместного предприятия должна возрасти с

сегодняшних 40 до 75%. Стоит напомнить о том, что компания Renault уже имеет большой опыт работы в России: компания «Автофрамос», которая производит модели Logan и Sandero, довела уровень локализации до 40%.

АвтоВАЗ и Renault в рамках альянса намерены обмениваться технологиями и ноу-хау, особенно в области инжиниринга, производства и маркетинга с целью улучшить привлекательность, конкурентоспособность и качество продукции «АвтоВАЗа». Сейчас в научно-техническом центре АвтоВАЗа трудится 3,5 тыс. человек, запущена программа набора еще 1,1 тыс. инженеров в ближайшие три года. И это не так много, в аналогичном центре Renault — 8–9 тыс. сотрудников [Сараев, 2012].

Партнеры также обмениваются менеджерами в различных сферах профессиональной деятельности, чтобы усилить связи между компаниями и ускорить процесс преобразования российского предприятия в автопроизводителя мирового уровня с мощностями более 1 млн. автомобилей в год.²⁷

Автомобили на совместном предприятии собирают на уже имеющихся у Renault платформах классов В и С²⁸. Новые технологии сборки, которые пришли вместе с Renault, позволяют увеличить производство. Кроме того, стороны предварительно договорились о производстве на мощностях «АвтоВАЗа» автомобилей Renault и Nissan.

В рамках данного партнерства также запланировано сотрудничество в области сборки моторов и коробок передач, которыми будут оснащаться автомобили «АвтоВАЗа» и Renault. Производство рассчитывают запустить в 2014-ом, а к 2017 году объем выпуска должен достигнуть 450 тыс. ед. в год. Если учесть время и стоимость разработки собственной модели двигателя это серьезный вклад со стороны альянса в развитие российского производителя.

Платформы и двигатели Renault позволят «АвтоВАЗу» ускорить обновление и обогащение всей линейки моделей Lada, в основном, марки Lada сегмента С. Главная задача, которую предстоит решить инженерам АвтоВАЗа – сократить длительность процесса от разработки до изготовления оснастки с 37 до 12 месяцев. Кроме того, предприятие поставило цель сократить время от пилотной версии до внедрения в серию с 18 месяцев до 9. Для решения этих задач потребуется модернизировать пилотное производство и испытательную базу [Сараев, 2012].

²⁷ Renault становится стратегическим партнером АВТОВАЗа 08.12.07 // http://www.lada.ru/cgi-bin/press-release.pl?id=1605&id_article=34703&prev=101

²⁸ Разработка современных массовых автомобилей ведется на типовых платформах, под которыми понимают унифицированные шасси и подвеску. Наличие подобных полуфабрикатов позволяет существенно ускорить выпуск очередной модели, ограничившись разработкой кузова и подбором силовой установки [Сараев, 2012].

Интерес альянса Renault-Nissan вполне логичен: Россия является одним из наиболее динамично растущих авторынков мира, а АвтоВАЗ – пока ещё безусловным лидером этого рынка.

В планах альянса к 2020 г. полностью сменить модельный ряд. Новый список модельного ряда состоит из 16 новых моделей класса В, С, J и MPV:

- минивэн (MPV) на платформе «Logan MCV»;
- автомобиль класса «С» на вазовской платформе «2116» трех типов кузова: седан, хетчбэк и универсал (Renault должно помочь доработать эту платформу);
- новое бюджетное семейство В-класса Lada-2190 на платформе Kalina;
- кроссовер Lada на платформе класса «С» (возможно, здесь идет речь о Lada C-Cross).

Результаты этого сотрудничества уже видны. Реализованы планы относительно выхода двух новых семейств – на рынок вышла бюджетная Lada Granta и минивэн Lada Largus. При этом в штатной комплектации уже предусмотрены комплектации, кондиционер, датчики дождя и света, парктроник. Поскольку имидж компании до сих пор является слабым местом АвтоВАЗа, эти достижения принимаются скептически. Но это не столько достижение АвтоВАЗа, сколько показатель потребностей отечественных автовладельцев.

Но, несмотря на то, что альянс АвтоВАЗ – Renault – Nissan функционирует в России уже 5 лет, модернизация идет медленнее, чем хотелось бы, поскольку АвтоВАЗ — гигантская, неповоротливая советская структура, и ее невозможно переделать быстро. Быстрее и дешевле построить конвейер с нуля, чем переделывать то, что досталось Renault-Nissan в наследство. Модернизацию только одной сборочной линии обошлась концерну почти €400 млн. И процесс еще не завершен: линия выйдет на полную мощность только весной 2013 года [Сараев,2012].

Кроме того, в продукции АвтоВАЗа велика доля отечественных комплектующих, а проблема качества российских деталей до сих пор не решена. Из низкокачественных, ненадежных деталей хорошую машину не соберешь [Удалов, 2012]. По заявлениям АвтоВАЗа, усилиями созданной совместно с Renault-Nissan удалось за два года снизить процент брака от поставщиков в десять раз (до этого половина автозапчастей была контрафактной). Также Renault-Nissan провели огромную работу по отбору и переобучению поставщиков работе по стандартам французско-японского концерна. На АвтоВАЗе функционирует Академия качества альянса, цель которой – обучить 80 поставщиков [Сараев,2012].

Структура поставщиков меняется: местных все меньше, а иностранцы постепенно открывают тут свои офисы (например, японский производитель автоматических коробок Jatco) и начинают строить предприятия. На отечественные автомобили ставят японские системы безопасности, французские сиденья, немецкие выхлопные системы. Происходит реформирование системы закупок с формированием единой с Renault-Nissan панели поставщиков.

На производстве не обошлось и без кадровой проблемы. На заводе все больше иностранцев, работников АвтоВАЗа целыми бригадами возят обучаться современному автомобилестроению во Францию. По итогам 2011 года больше 1000 человек прошло стажировку на предприятиях альянса Renault-Nissan. Кроме того, в 2011 году на АвтоВАЗе была создана Академия инжиниринга, главная задача которой — обучение инженерных кадров. Здесь учат сотрудников работе в системах автоматизированного проектирования и английскому языку. Российские вузы привлекаются для обучения сотрудников, занимающихся НИР, а также для повышения квалификации работников. Также французы передали свои системы E-Learning и E-Checker, но на практику не допускаются те, кто дал менее 90% правильных ответов.

АвтоВАЗ активно заимствует опыт альянса Renault-Nissan, но программы обучения не спускаются сверху, а формируются на основании запросов от работников. Renault не скрывает своих методов работы, но и инициативы в передаче также опыта не проявляет. Обучение проходит по принципу: спросите — ответим [Сараев, 2012]. К тому же старые методы работы очень сложно искоренить, а всех уволить тоже невозможно.

До создания стратегического альянса на АвтоВАЗе вообще не было ключевого для современного автопроизводства понятия — платформы, когда на одном конвейере производятся машины, выглядящие по-разному, под разными марками, но имеющие общую платформу, базу. Переход на такой метод только начинается: модернизированная линия предназначена для выпуска Lada Largus и Nissan Almera, у них общая платформа B0. На ней будут в дальнейшем выпускать пять моделей трех брендов.

Именно трех — французы и японцы ни за что не откажутся от марки Lada. У нее сохраняется имидж дешевого в обслуживании автомобиля. Кроме того, переименование Lada в Renault прежде сказалось бы на имидже французской марки не в лучшую сторону. В таких условиях понятно, что и бренд Lada будет жить и очень постепенно, без спешки возрождаться. Но главное, что концерн будет развивать марку Lada, сохраняя ее индивидуальность, чтобы помочь ей удержать позиции на российском рынке.

Стратегическая установка альянса — занять тремя брендами 40% российского авторынка [Удалов, 2012].

SOLLERS – FORD. Напомним, что в 2011 году автопроизводители подписали соглашение о создании СП. В планах совместного предприятия – производство пассажирских автомобилей и LCV (сокр. англ. light commercial vehicles - легковой коммерческий транспорт) Ford, двигателей, организация штамповочных операций (завод строится в Татарии), проведение НИОКР. Компания будет также отвечать за импорт и продажу всех продуктов Ford. Доля сторон в проекте по созданию СП "Ford- Sollers " составляет 50 на 50. При этом имущественный взнос обеих сторон составляет 18 млрд рублей. Общий бюджет проекта оценивается в 75 млрд. рублей [РБК, 2012]. На заводе уже налажено производство пяти моделей Ford (см. Табл. 3.1)

Таблица 3.1. Реализуемые проекты производства иномарок в России.

Тип сборки	Предприятие производитель	Собираемые марки	Собираемые модели
Лицензионная сборка	ТагАЗ	Tagaz	Tiger (Ssang Yong Korando), Road Partner (Ssang Yong Musso), C190 (JAC Rein)
		Vortex (Cherry)	Estina, Corda, Tingo
		BYD	F3
	Sollers	Ssang Yong	Rexton, Kyron, Actyon, Actyon Sports
SKD-сборка	Автотор	Chevrolet	Aveo, Lacetti, Epica, Captiva, Orlando, Tahoe
		Opel	Astra, Antara, Insignia, Meriva, Zafira
		KIA	Cee'd, Mohave, Sorento, Soul, Sportage, Venga
		BMW	3,5,7 серия; X5,X6
Промышленная сборка	Sollers	Ford	Kuga, Transit, S-MAX, Explorer, Galaxy
		Mazda	Mazda 6, CX-5
		Toyota	Land Cruiser Prado
	Автофрамос	Renault	Logan, Sandero, Mégane, Fluence, Duster, Koleos, Latitude
	Toyota Motor	Toyota	Camry
	Volkswagen	VW	Jetta, Passat, Tiguan, Polo, Tuareg, Transporter
		Skoda	Fabia, Oktavia, Superb, Yeti
	Ford Motor	Ford	Focus, Mondeo
	GM Auto	Opel	Antara, Astra
		Chevrolet	Captiva, Cruze
	Nissan Manufacturing	Nissan	Teana, X-Trail, Murano
	Hyundai Motor Manufacturing	Hyundai	Solaris
		KIA	Rio
	PSA Peugeot-Citroën	Peugeot	308, 408, 4007
Citroën		C-Crosser, C4	
Mitsubishi		Outlander, Pajero Sport	

Источник: данные производителей

Таким образом, изучив историю строительства заводов по сборке иномарок, можно заключить, что с момента строительства первого иностранного завода в 1996 году и до настоящего времени форма прямых иностранных инвестиций в России постоянно изменялась. В 1996 г. на «Автоторе» производилась «отверточная сборка», с 1998 г. стали подписывать лицензионные соглашения с иностранными автопроизводителями, в 2002 г. стартовал режим «промышленной сборки», а в 2007 г. был заключен первый стратегический альянс. Рассмотрев основные формы, в которых осуществляется прямое инвестирование в автомобильную отрасль России, можно сделать вывод, что они прошли своеобразную эволюцию от SKD-сборки до заключения стратегических альянсов. Этот путь можно изобразить в виде следующей схемы (см. рис.3.1).

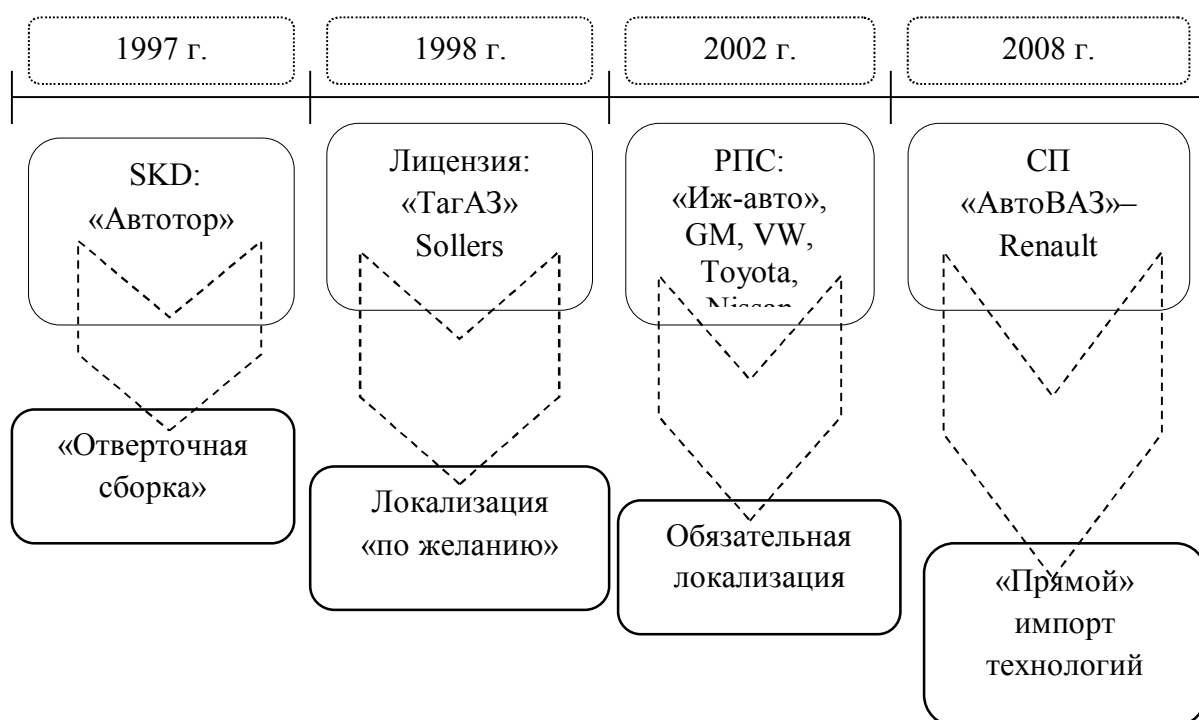


Рис. 3.1. Эволюция режимов сборки автомобилей

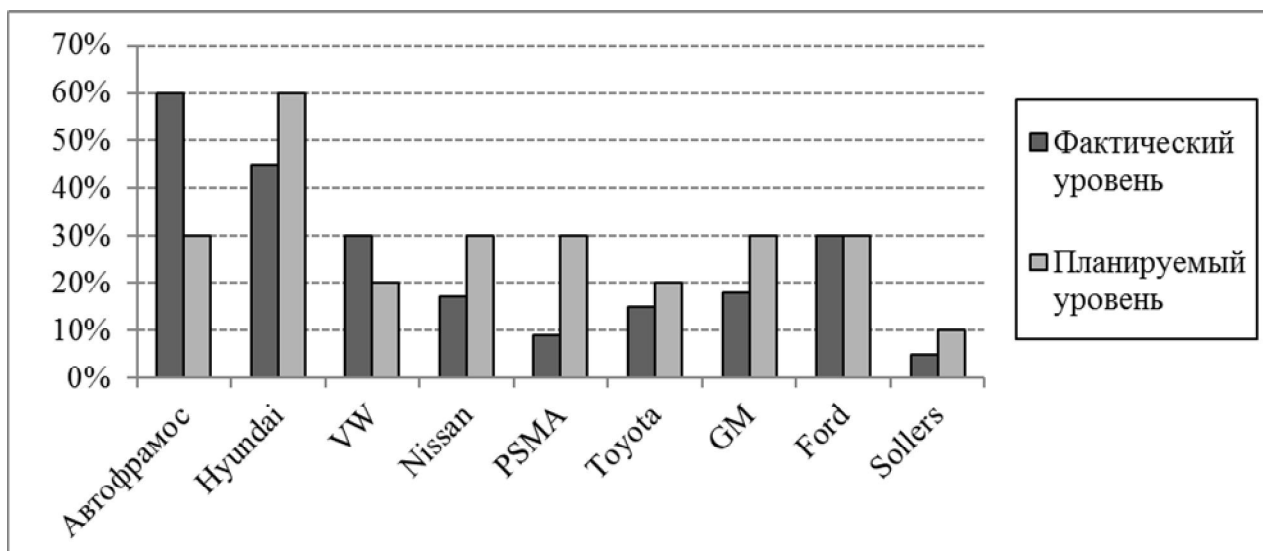
Иномарки в России собирают уже 15 лет. Судя по собранным данным об итогах сборки иномарок, опасения того, что производство иномарок в России уничтожит автомобилестроительную отрасль в России, оказались напрасными. Более того, некоторые данные свидетельствуют о формировании основы для интенсификации диффузии в отрасль иностранных технологий и стандартов.

1. Локализация. Основным направлением государственного регулирования автомобилестроения в отношении иностранных марок является повышение степени локализации автомобильного производства. Пока высокие показатели локализации демонстрируют те производства, которые давно работают в России, либо те, у кого высокий показатель локализации – целевой аспект (см. рис. 3.2). Низкие показатели локализации у других производителей корректируют средний показатель в направлении

понижения. Согласно нормативным документам²⁹ среднегодовой уровень локализации производства рассчитывается по формуле:

$$L = \left(1 - \frac{V}{P}\right) \cdot 100\%, \quad (1)$$

где L – среднегодовой уровень локализации производства; V – таможенная стоимость всех автокомпонентов, ввезенных для производства моторных транспортных средств; P – общая стоимость всех моторных транспортных средств произведенных этим автопроизводителем в фактических отпускных ценах без учета НДС и акцизов.



Источник: [Владимирский, 2012]

Рис. 3.2. Локализация производства

Средний показатель локализации производства сегодня пока не дотягивает и до 30% (доля запчастей российского производства редко превышает 25%). Пока что производители иномарок наладили локализацию несложных компонентов (панели, сиденья, колеса, стекла). Вместе с тем, согласно условию Минэкономразвития, у компаний, работающих по старым условиям сборки, аналогичный показатель к 2015 г. должен быть на уровне 50%. С одной стороны, разница – не столь большая, ее можно устранить в установленные сроки. С другой стороны, необходимо учесть, что чем выше уровень локализации, тем сложнее его повышать, особенно если производитель не намерен передавать технологии сложных узлов и агрегатов.

²⁹ Согласно Приказу Министерства экономического развития Российской Федерации, Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, Министерства финансов Российской Федерации от 24 декабря 2010 г. N 678/1289/184н г. Москва "О внесении изменений в порядок, определяющий понятие "промышленная сборка" моторных транспортных средств и устанавливающий применение данного понятия при ввозе на территорию Российской Федерации автокомпонентов для производства моторных транспортных средств товарных позиций 8701 - 8705 ТН ВЭД, их узлов и агрегатов"

В связи с этим особое значение приобретает готовность производителей локализовать в России производство силовых агрегатов и коробок переключения передач уже в среднесрочной перспективе [ИА РБК, 2009].

Однако анализ лага между производством той или иной модели в России и за рубежом не показал однозначных результатов. Четкой тенденции по сокращению лага не наблюдается (см. табл. 3.2). Зарубежные производители обычно переводят те модели автомобилей, которые хорошо продаются в России на момент запуска производства. Некоторые модели адаптируются специально для российского рынка, в этом случае лаг может составлять всего несколько месяцев или полностью отсутствовать. В качестве примера можно привести Hyundai Solaris, Volkswagen Polo. Еще можно выделить такую закономерность, что чем дороже автомобиль, тем больше лаг. Это говорит о том, что мировые автопроизводители еще не готовы передавать технологии автомобилей премиум класса.

Таблица 3.2. Лаг запуска иномарок.

Предприятие производитель	Марка	Модель	Лаг	Запуск в России
PSA Peugeot Citroën	Peugeot	308	3	2010
		408	2	2012
		4007	3	2010
	Citroen	C4	1	2011
		C4L	1	2013
		C-Crosser	3	2010
	Mitsubishi	Outlander XL	5	2010
		Outlander III	0	2012
		Pajero Sport	5	2013
Volkswagen Rus	Volkswagen	Jetta	3	2008
		Tiguan	2	2009
		Polo	0	2010
		Passat	3	2008
		Tuareg	7	2009
		Multivan	6	2009
	Skoda	Octavia	3	2007
		Fabia	0	2007
		Superb	2	2011
Yeti		1	2009	
Toyota Motor Manufacturing Company	Toyota	Camry	1	2007
Автофрамос	Renault	Logan	1	2005
		Sandero	2	2010
		Duster	1	2011
		Megan	2	2010
		Fluence	1	2010
		Koleos	4	2012

Предприятие производитель	Марка	Модель	Лаг	Запуск в России
		Latitude	2	2012
Ford Motor Company	Ford	Focus	0	2011
		Mondeo	2	2009
Nissan Manufacturing Rus	Nissan	Teana	1	2009
		X-Trail	2	2009
		Murano	3	2011
Hyundai Motor Manufacturing Rus	Hyundai	Solaris	0	2011
	KIA	Rio	0	2011
GM Auto	Opel	Astra	0	2012
	Chevrolet	Cruze	1	2009
Sollers	Ford	Kuga	4	2012
		Transit	6	2012
		Explorer	1	2013
		S-Max	6	2012
		Galaxy	6	2012
	Mazda	6	1	2013
		CX-5	0	2012
	Toyota	Land Cruiser Prado	4	2013
ТarАЗ	Huinday	Accent	1	2001
		Sonata	3	2004
		Senta Fe	6	2007

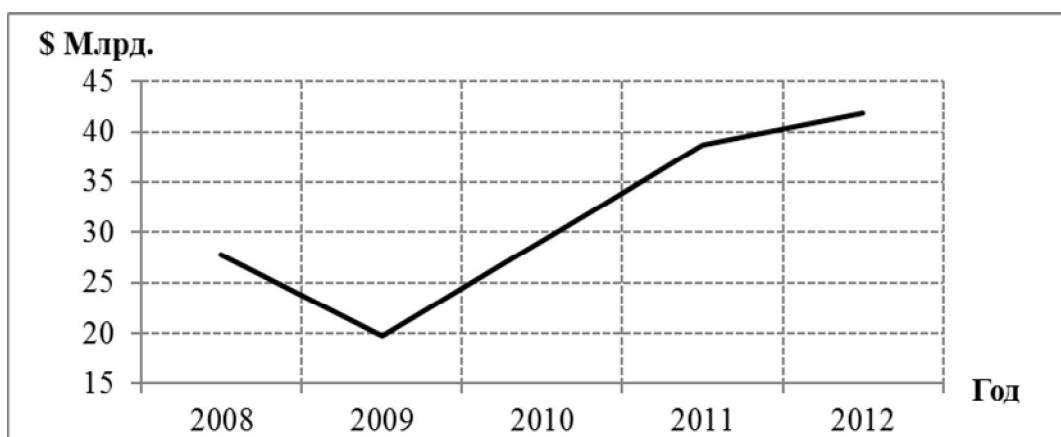
2. Производство автокомплeкующих. Качество и надежность автомобильных компонентов всегда были слабым местом автомобильной промышленности России. Дизайн и спецификация продукции автокомпонентной отрасли в течение десятков лет оставались неизменными, поскольку долгосрочные контракты и отсутствие конкуренции не способствовали проведению НИОКР и модернизации производства. The Boston Consulting Group прогнозируют, что всего лишь около 20% отечественных поставщиков останется на плаву до 2016 года.

Низкое качество российских автокомплeкующих не вызывает доверия у иностранных фирм, предпочитающих привлекать к строительству в России заводов по выпуску автокомпонентов тех поставщиков, с которыми они всегда работали, вместо того, чтобы инвестировать в развитие уже существующих в стране производителей комплектующих. Любые промышленные предприятия, включая и предприятия автомобильной промышленности, создают постоянный круг поставщиков комплектующих, что позволяет им поддерживать постоянный уровень качества и снижает транзакционные издержки. Даже частичная смена поставщиков может сказаться на качестве производимой продукции и не всегда в лучшую сторону, а также увеличить время взаимодействия с поставщиком. Такого рода изменения могут повлечь за собой снижения доли рынка компании, которую будет трудно восстановить и на это уйдёт много

времени. Поэтому, чтобы снизить подобные риски, поставщики комплектующих стараются разместить свое производство рядом с конечным производителем. С одной стороны, это содействует процессу локализации, и создание в России своих подразделений зарубежными производителями комплектующих может оказать на автомобильную промышленность страны такой же положительный эффект, как и режим промышленной сборки. С другой стороны, сужается рыночная ниша для отечественных производителей комплектующих, сдерживается приобщение их к зарубежным технологиям.

Мощности по производству компонентов растут: уже 26 из 40 крупнейших международных поставщиков разместили свое производство на территории России. Уже построены заводы Gestamp, Manga, Johnson Controls, Tenneco Automotive, Lear Corporation, Faurecia Interior Systems, Gestamp Automocion, Toyota Boshku. В планах строительство заводов TI Automotive и Knorr-Bremse. Обычно заводы являются поставщиками для нескольких автопроизводителей.

Объем рынка комплектующих постоянно растет (см. рис. 3.3)



Источник: E&Y, 2013

Рис. 3.3. Динамика рынка автомобильных комплектующих

Расширение производства в России импортных комплектующих окажет на автомобильную промышленность такой же положительный эффект, как и режим промышленной сборки. Но для достижения такого эффекта необходимо добиваться сборки сложных узлов и агрегатов. Это позволит создать современную базу поставщиков автокомпонентов.

Конечно же, эта ситуация с производством иностранных компонентов на территории России ставит отечественного производителя в сложные условия конкуренции уже на уровне промежуточной продукции. Сотрудничество показал, что из-за сильного технологического разрыва заводы по производству автокомплектующих характеризуются достаточно высоким процентом брака. Кроме того, логистика в России дороже. Эти

факторы привели к удорожанию продукции, выпущенной на российских предприятиях на 20% относительно собственных производств.

Однако рост масштабов производства и внедрение более эффективных, экономичных производственных процессов способствовало сокращению разрыва в стоимости до 13%. И эта тенденция продолжается [Бутенко, 2012].

Кроме того, при соответствующем контроле и администрировании локализации производства проникновение иностранных технологий и стандартов будет происходить быстрее. Помимо этого, будет формироваться современная база автокомпонентов, которая так необходима автопрому.

3. Импортзамещение. Для того чтобы понять, присутствует импортзамещение или нет, используют такие индикаторы как показатель прироста доли рынка и показатель замещения растущего спроса.

Показатель прироста доли рынка (ΔD) (или индикатор импортзамещения) характеризует прирост или снижение сектора продукции российского производства на внутреннем рынке в изучаемом или прогнозируемом периоде, по сравнению с базисным. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$\Delta D = \frac{1 - I_t}{S_t} - \frac{1 - I_0}{S_0}, \quad (2)$$

где I_t – импорт продукции в периоде t , I_0 – импорт продукции в базисном периоде; S_t – спрос внутреннего рынка на продукцию в периоде t , S_0 – спрос внутреннего рынка на продукцию в базисном периоде.

Если $\Delta D > 0$, то сектор отечественной продукции на внутреннем рынке увеличивается, прирост продаж отечественной продукции опережает прирост спроса внутреннего рынка. Если $\Delta D < 0$, то сектор отечественной продукции на внутреннем рынке сокращается, прирост продаж импортной продукции превышает прирост спроса внутреннего рынка.

Этот показатель-индикатор можно использовать для анализа как растущего, так и падающего рынков. Положительное значение индикатора свидетельствует об импортзамещении [Борисова, 2011; Почукаева, 2013, стр.64].

В российской автомобильной промышленности этот показатель пока находится ниже нуля, но динамика индикатора показывает, что сектор отечественной продукции на российском рынке все-таки увеличивается. Если в докризисном 2008 году он составлял «-0,48», то в 2012 году он находился на отметке «-0,31» (см. рис. 3.4).

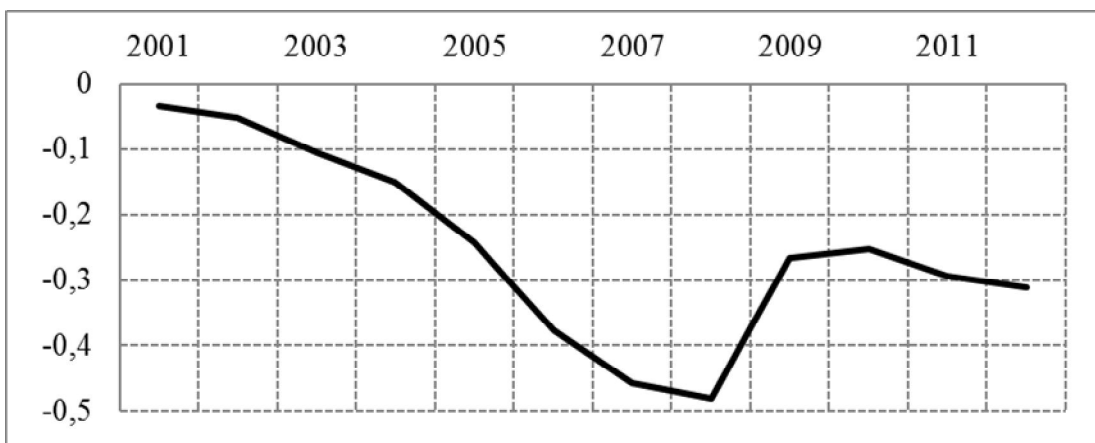


Рис. 3.4. Динамика показателя прироста доли рынка (ΔD)

Прирост доли рынка возможен и в том случае, когда имеет место рост объемов импорта. Такая ситуация характерна для быстро растущего рынка.

Показатель замещения растущего спроса (ΔZ) отражает, какая часть растущего спроса на продукцию обеспечивается ростом ее производства. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$\Delta Z = \frac{\Delta V - \Delta E_x}{\Delta S}, \quad (3)$$

где ΔV – прирост выпуска продукции за период; ΔE_x – прирост экспорта продукции за период; ΔS – прирост спроса на продукцию за период.

Если замещение растущего спроса имеет положительную динамику, это означает, что прирост спроса все в большей степени обеспечивается продукцией российского производства и имеет место импортозамещение [Почукаева, 2013]. В автомобильной промышленности России у этого показателя положительная динамика (см. рис. 3.5)

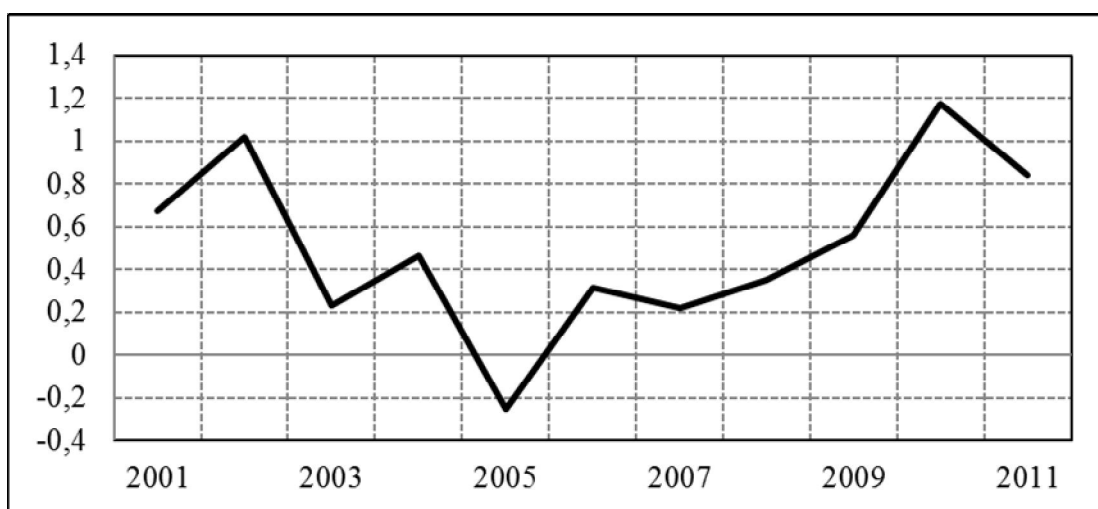


Рис. 3.5. Динамика показателя замещения растущего спроса (ΔZ), %

Такой резкий подъем после кризиса и последующий спад показателя можно объяснить активной поддержкой государства отрасли в кризисный период.

Исходя из этих двух показателей, можно сделать вывод, что импортозамещение в российской автомобильной отрасли имеет место.

4. Конкуренция автопроизводителей. Начало производства концерна Nissan ознаменовало, по нашему мнению, новую фазу развития не только сборочных производств, но и российской автомобилестроительной отрасли в целом.

Модель бизнес-класса Teana, выпускаемая на заводе Nissan в России, является прямым конкурентом Toyota Camry (см. табл. 3.3). Более того, американский концерн Ford запустил производство своей модели бизнес-класса Mondeo. Важно, что все три модели выпускают в Ленинградской области, а значит, – производители имеют аналогичные географические и административные преимущества и ограничения.

После запуска производства Teana у Camry появился прямой конкурент в аналогичной ценовой категории. Поскольку в России имеется спрос на автомобили данного класса, то между производителями возникла и будет развиваться конкуренция, которая заставит сдерживать издержки, чтобы снизить риски повышения отпускных цен. В этом случае ситуация меняется, и у производителей появилась сильная мотивация повышать степень локализации, ведь налаживание производства в России снизит транспортные издержки и издержки на оплату труда.

Таблица 3.3. Основные характеристики автомобилей

Характеристики	Toyota Camry	Nissan Teana	Ford Mondeo
Тип кузова	седан	седан	седан
Класс	Е	Е	Е
Модельный год	2005	2008	2011
Рабочий объем двигателя, л. с.	2,4	2,5	2,3
Максимальная мощность, л. с.	167	182	160
Расход топлива: смешанный цикл, л / 100 км пробега	9,9	9,5	9,3
Максимальная скорость, км / ч	205	200	207
Цена, тыс. руб.	951	890	961

5. Рабочие места. В большей или меньшей степени все режимы сборки решают социальную задачу и, как любое производство, создают новые рабочие места. Только перечисленные автозаводы, по нашим оценкам, в настоящее время уже создали более 35 тыс. новых рабочих мест (см. табл. 3.4), в том числе и для высококвалифицированных специалистов, которые по разным причинам вынуждены были уволиться с других мест занятости.

Табл. 3.4. Число рабочих мест на заводах по производству иномарок

Предприятие производитель	Число рабочих мест
ТагАЗ	8500

Автотор	2900
Sollers (Дальний Восток)	700
Автофрамос	2300
Toyota Motor	750
Volkswagen	6000
Ford Motor	2700
GM Auto	1500
Nissan Manufacturing	1600
Hyundai Motor Manufacturing	5300
PSA Peugeot Citroën	3000

Источник: Евразийская экономическая комиссия

Зафиксированные случаи перехода персонала с одного завода на другой из-за более привлекательных условий труда позволяют надеяться, что формирующаяся конкуренция ускорит развитие рынка труда в данной области.

6. Стажировка и инженерные центры. Принципиальная разница в технологиях, подходах и стандартах требует переобучения персонала, для чего автопроизводителями организуются курсы стажировок на своих «базовых» заводах в Японии и Европе. Более того, концерны создают инженерные центры уже и на территории России (в частности, концерн VW).

Росту темпов переобучения будет способствовать и значительно более высокая скорость обмена информацией между работниками различного уровня. Чем быстрее будет идти переобучение, тем быстрее станет возможным преодолеть проблемы, связанные с низкой культурой сборки, из-за которой в настоящее время отечественные автомобили почти сразу после покупки нуждаются в дополнительном техническом обслуживании. К примеру, часто требуется протяжка резьбовых соединений, устранение зазоров между деталями кузова и интерьера, а также диагностика работы систем автомобиля и проверка достаточного уровня жидкостей (моторного масла, охлаждающей жидкости и т.д.).

Расширение процесса переобучения и увеличение числа персонала, прошедшего стажировку, позволят ускорить процесс проникновения (диффузию) импортных технологий и стандартов в отрасль. Этому же будет способствовать и налаживание производства в России автомобильных комплектующих.

Это очень важно, ведь для получения прибыли от передачи технологий страна должна достичь определенного уровня развития человеческого капитала [Ху, 2002]

7. Формирование кластеров. Результаты развития отрасли последних лет позволяют рассматривать Ленинградскую и Калужскую области в качестве кластера легкой автомобильной промышленности³⁰.

Немецкий экономист Пауль Фишер в своей работе «Как превратить Россию в привлекательный рынок для иностранных инвестиций» говорит о том, что России необходимо продвигаться по пути формирования кластерных структур, которые широко представлены в передовых экономиках. Нужно стремиться к формированию кластеров вокруг ключевых отраслей, к числу которых П. Фишер относит автомобильную промышленность [Фишер, 2002].

Сейчас в России практически сформирован кластер автомобильной промышленности в Ленинградской области.

Это нетрудно доказать. Количество уже построенных заводов, планы на строительство, появление в Ленобласти производителей комплектующих, позволяют рассматривать этот регион как будущий автомобильный кластер в России.

Уже сейчас в Ленинградской области функционирует четыре завода: Toyota Motor Company, Ford Motor Company, GM и Nissan. Строятся заводы Suzuki и Hyundai

Вслед за заводами по сборке иномарок приходят иностранные заводы по производству автокомплующих. Заводы автокомпонентов стараются взаимодействовать с несколькими производителями (см. табл. 3.5).

Таблица 3.5. Иностранные заводы автокомпонентов в Ленинградской области

Компания	С кем сотрудничает	Что производит
Manga	Ford Motor;	Пластиковые детали интерьера и экстерьера для собираемых в России автомобилей
	Toyota;	
	GM	
Johnson Controls	Ford Motor	Сиденья
Tenneco Automotive	Toyota;	Выхлопные системы
	General Motors	
Lear Corporation	Ford Motor	Сиденья
Faurecia Interior Systems	Ford Motor	Детали интерьера
Gestamp Automocion	GM	Двери, крыши, крылья и основания кузовов
	Ford Motor	
Toyota Boshku	Toyota	Сиденья

³⁰ Автомобильный кластер – группа географически локализованных и взаимосвязанных производственных компаний; поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг; объектов инфраструктуры: научно-исследовательских институтов, ВУЗов, технопарков, бизнес-инкубаторов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом. Отличительным признаком эффективно действующих кластеров является выход инновационной продукции. [Портер, 1993].

Как и в случае с зарубежными автосборочными заводами, заводы по производству комплектующих продолжают заключать намерения заключать новые соглашения на территории Российской Федерации.

Первоначальное условие для формирования кластера уже есть.

Размещение производителей автокомпонентов в Петербурге - это второй, но не завершающий этап создания в городе автомобильного кластера.

Закрывающим этапом, по словам руководства Ленинградской области, должно стать открытие в Северной столице научно-исследовательских подразделений, ориентированных на работу с компаниями-производителями автомобилей.

Для образования кластера в этом регионе есть уже почти все условия. Строятся, уже построены и функционируют заводы по производству автомобилей, все заводы сконцентрированы на одной территории. Размещены и размещаются поставщики оборудования, комплектующих и специализированных услуг. Можно сказать, что уже сформирована инфраструктура. Практически все признаки совпадают с определением кластера. Для того чтобы с уверенностью сказать, что в Ленинградской области образовался кластер автомобильной промышленности, не хватает пока только научно-исследовательских институтов.

Формирование кластера зарубежной промышленности в Ленинградской области, с одной стороны, может усугубить положение отечественных производителей автомобилей, но с другой стороны, позволит России приобрести необходимый опыт в кластеризации и ускорить процесс увеличения степени локализации. Ведь в кластере будет усиливаться конкуренция между автопроизводителями, что сейчас уже проявляется между моделями Toyota Camry, Nissan Teana и Ford Mondeo. Такая конкуренция очень важна для механизма локализации. Во-первых, Toyota в России производит только одну модель, следовательно, появление конкурентов снизит её доли продаж. Чтобы компенсировать потери, компании Toyota необходимо запустить производство и других моделей, но в иных сегментах, например, Avensis, Corolla, Auris. Новые модели могут дать новые технологии. Во-вторых, рост конкуренции потребует от производителей сокращения издержек. Издержки можно снизить, закупая детали в России, что и является локализацией.

Кроме того, конкуренция может произвести важный положительный эффект и на отечественные компании, так как они вынуждены стать более эффективными, чтобы поддержать свои доли на рынке. Это подтверждено английскими учёными. [Driffield, 2001], который утверждает, что наиболее вероятный эффект от FDI в Соединенном Королевстве - повышение производительности благодаря увеличению конкуренции.

[Girma, 2001] подтверждают, что воздействие FDI в Великобритании увеличивается наряду с усилением конкуренции.

Кластеризация важна и тем, что в ходе технологического развития накапливается не только физический, но и организационный и интеллектуальный капиталы. А накопленные знания одних фирм хотя бы частично становятся бесплатным достоянием других фирм, что повышает эффективность деятельности этих компаний [Дементьев, 2009].

Таким образом, создание кластера автомобильной промышленности в Ленинградской области позволит российской отрасли получать все большее количество технологий более высокого технологического уровня, накопить как физический, так и интеллектуальный капитал, повысить эффективность фирм, находящихся в кластере.

Формируется кластер автопрома и в Калужской области.

Зарубежным корпорациям стало выгоднее строить свои заводы за пределами Москва и Санкт-Петербурга. Регионы стали привлекательным местом для иностранных инвесторов. Кроме того, зачастую в других регионах иностранным предприятиям предоставляют набор льгот.

Калужская область – один из наиболее динамично развивающихся регионов России с высокой инвестиционной привлекательностью. Калужская область стала привлекательным регионом и для автомобилестроения. Область имеет выгодное географическое положение: область близко расположена к Москве, обладает развитой транспортной и рыночной структурой (по территории области проходят международные автомобильные и железнодорожные магистрали), обладает кадровым потенциалом (в области 27 ВУЗов, 40 научных организаций, наукоград).

Кластер автомобильной промышленности в Калуге зародился в 2007 году с приходом в Россию Volkswagen, который инвестировал в российский проект 774 млн. евро³¹. Как только немецкий концерн «Volkswagen» открыл свое производство, регион стал известен за пределами России. В 2007 году Volvo заявил о начале строительства завода. Завод был открыт в 2009 году. В мае 2008 года было объявлено о том, что PSA Peugeot Citroen договорилась с японской компанией Mitsubishi Motors о совместном строительстве автозавода мощностью 160 тыс. автомобилей в Калужской области. В январе 2009 года было образовано PSMA Rus, совместное предприятие PSA Peugeot Citroën (70%) и Mitsubishi Motors Corporation (30%). Завод PSMA Rus открылся в Калужской области в апреле 2010 года. Планируется, что к 2015 году в регионе будет

³¹ Поршнева Л. Немецкий пример — надо бы заразиться! / Строительство.ru // <http://www.rcmm.ru/content/topics/335.html>

выпускаться порядка 500 тысяч автомобилей в год семи брендов (Volkswagen, Mitsubishi, Peugeot, Citroen, Skoda, Renault, Volvo). Совокупные инвестиции автопроизводителей по итогам 2010 года составили около \$1,8 млрд.

Кроме того, Калужская область активно привлекает производителей автокомпонентов. Они уже инвестировали в регион \$420 млн. В области уже работают ряд производителей автокомпонентов (см. табл. 3.6)

Таблица 3.6. Предприятия по производству автокомпонентов в Калужской области

Название предприятия	Что производит
Автоэлектроника	автомобильные электронные системы, реле, датчики, блоки управления микроклиматом
Автэл	электронные системы управления топливopодачей и зажиганием двигателей внутреннего сгорания.
Benteler	Производство автокомпонентов
Калужский завод автомобильного электрооборудования	Электрооборудование для автомобилей
Пластика	пластмассовые изделия для автомобильной промышленности
ТрансТехСервис	детали из сплавов алюминия и цинка для автомобильной промышленности
Энергомаш	автомобильная электроника
Интех	автомобильные зеркала, изделия из пластика
Техпро	производство автофургонов и других надстроек(кузовов) на грузовые автомобили, прицепы и полуприцепы.
Magna	пластиковые детали интерьера и экстерьера для собираемых в России автомобилей
Visteon	дверные панели
Yapp	производство пластмассовых топливных баков для автомобилей
HP Pelzer	шумоизоляцию
Scherdel	пружин и металлоконструкций для интерьера автомобилей
Гестамп-Северсталь-Калуга	производство штампованных деталей для кузовов автомобилей
Faurecia	сиденья, бамперы, выхлопные системы, интерьеры панелей приборов, центральных консолей и дверей, а проектирование интерьеры транспортных средств
Lear	готовые комплекты сидений, электронные и электрические системы для автомобилей

Калужская область является примером того, что регион, не обладающий богатыми природными или трудовыми ресурсами и развитой инфраструктурой, может активно привлекать ПИИ с помощью проведения политики улучшения инвестиционного климата. Правительство области старается с максимальной эффективностью использовать все имеющиеся в его распоряжении средства.

К наиболее эффективным мерам можно отнести следующие:

- проведение кластерной стратегии для привлечения инвесторов (работа только в определенных отраслях);
- модернизация инфраструктуры;
- создание индустриальных парков;
- предоставление налоговых льгот инвесторам для более быстрой окупаемости проектов;
- оптимизация организационной структуры взаимодействия.

Однако есть и негативные стороны функционирования кластеров в Калужской области. Это вывоз прибыли инвесторами, инвесторы не создают социальную инфраструктуру, вследствие чего возникает текучесть трудовых ресурсов, привлечение трудовых мигрантов. В сравнении с Центральным федеральным округом в Калуге темп роста безработицы выше, а темп роста заработной платы ниже. Также в области наблюдается более высокий рост цен, чем в центральном округе.

Негативное воздействие отражается и на экологии области. Происходит ухудшение экологической обстановки в регионе. Если в 2010 году регион находился на 15 месте по экологической ситуации, то в 2011 году он опустился уже до 51 места из 89. Происходит это из-за незаконных выбросов загрязняющих веществ в атмосферу.

Кроме того, если в регионе не будет проводиться НИОКР, то это приведет к консервации или к увеличению отставания промышленности, даже если инвестиционный климат будет благоприятным.

Поэтому необходимо проводить меры по снижению негативных последствий.

Основной мерой по нейтрализации негативных последствий является организация центров по обучению персонала и научно-исследовательских центров. МАМИ, совместно с Volkswagen и PSA Peugeot-Citroen создали специализированный учебный центр подготовки и переподготовки специалистов для автомобильной промышленности. В этом центре обучаются специалисты с заводов Volkswagen, PSA и «Автофрамос». Но необходимо в этот учебный процесс вовлекать и отечественные компании.

Тем не менее, формирование и развитие автомобильных кластеров в России это позитивная тенденция. Автомобильные кластеры являются одним из ключевых факторов успеха автомобильной индустрии, что подтверждается практикой зарубежных стран.

Создание отраслевых кластеров приносит значительную выгоду для всех его участников. Для иностранных производителей, которые приходят в Россию это снижение издержек производства, для отечественных предприятий это «переток» технологий. Все это происходит благодаря локализации производства.

8. Новые российские модели. Принимая во внимание важность описанных результатов, особое значение имеет появление новых российских моделей АвтоВАЗа и ТагАЗа. Этот опыт стал для российского автопрома результатом совместного сотрудничества российской и зарубежной компаний. Теперь появилось веское основание полагать, что отечественные производители в состоянии освоить технологии, значительно превосходящие российские.

Как видно из вышесказанного этому тезису есть неоднократное подтверждение.

На основании результатов, полученных в ходе анализа влияния работы заводов по сборке иномарок можно дополнить схему Эволюции режимов сборки основными результатами (см. рис. 3.6).

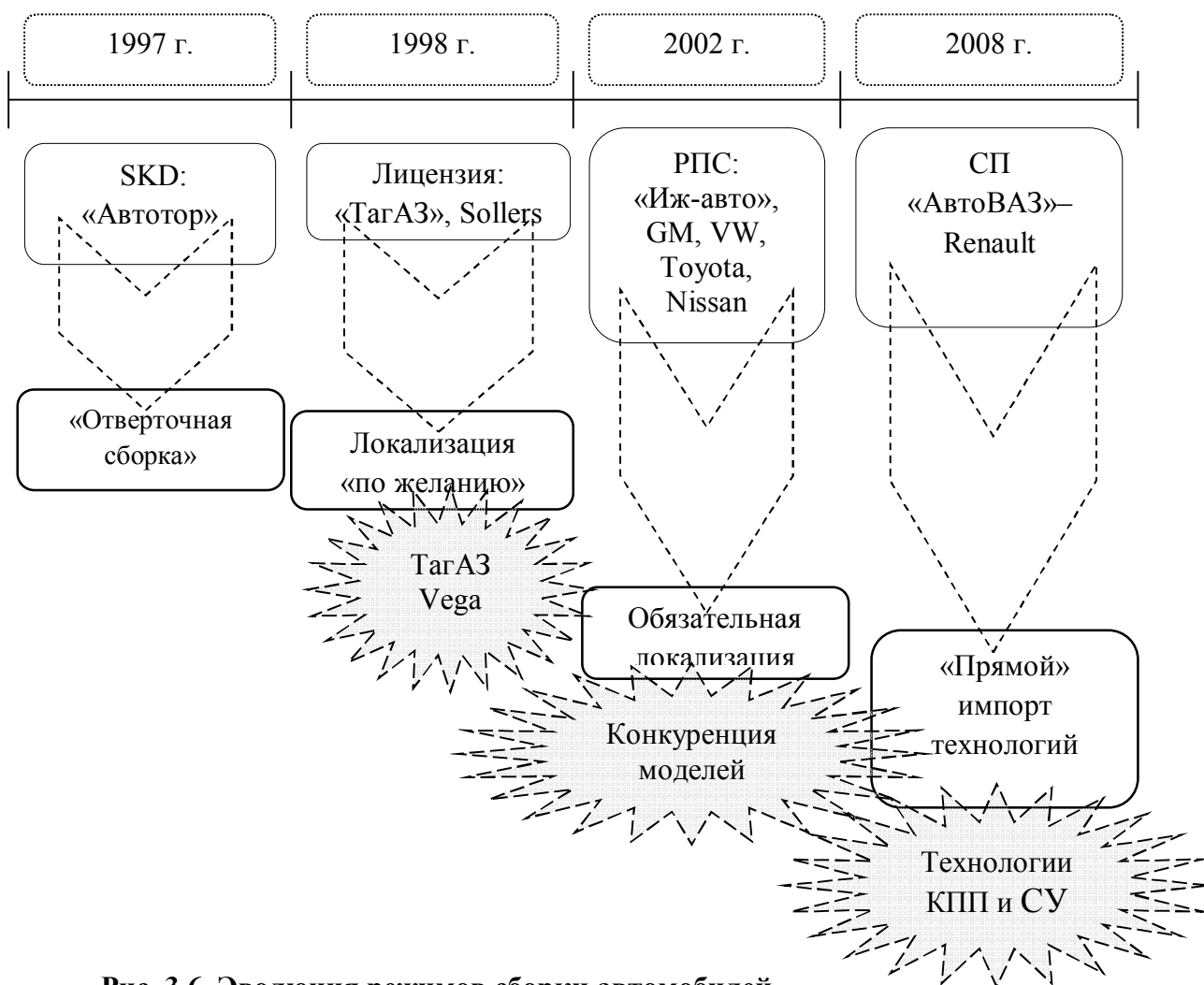


Рис. 3.6. Эволюция режимов сборки автомобилей

Таким образом, формы режимов сборки эволюционировали от SCD-сборки до стратегических альянсов. Каждый из существующих режимов дал свои положительные результаты. Произошло повышение эффективности производства и маркетинга, повышение общего уровня контроля качества с помощью копирования зарубежной системы менеджмента. Другими словами, в России идет «воспитание культуры сборки»,

при отсутствии которой покупатель получает бракованный товар уже в магазине. Идет процесс передачи технологий, результатом которого должно стать формирование высококачественной базы автокомпонентов. Причем, положительные эффекты перекрывают негативные стороны, такие как рост конкуренции на внутреннем рынке, рост доли иномарок в российской автомобильной промышленности, вывоз капитала, импорт комплектующих от прежних поставщиков, угроза свертывания НИОКР вследствие доступности second-hand технологий.

Но все-таки конкуренция стимулирует российских производителей к повышению качества выпускаемой продукции, а рост сегмента ИРС пока что идет за счет емкости российского рынка, а не сокращения доли отечественных автомобилей.

К тому же факт передачи технологий перекрывает все негативные моменты. Передача технологий совместно с инвестированием поможет российской отрасли совершить технологический скачок в собственном развитии.

На основе накопленного опыта и приобретённых технологий, в среднесрочной перспективе отечественные производители смогут уже самостоятельно разрабатывать и производить комплектующие. Надежность и качество этих автозапчастей, основанных на базе иностранных технологий, будут гораздо выше. Следовательно, отечественные марки станут более надёжными, комфортными и безопасными, что позволит им увеличить свою конкурентоспособность.

Уже сейчас есть пример того, что российские производители смогут освоить импортные технологии и через механизм локализации приступить к их внедрению в России (яркие примеры – АвтоВАЗ и ТагАЗ).

Кроме повышения конкурентоспособности российских автомобилей, наращивание локализации может помочь сформировать условия для импортозамещения.

За счет экспорта иномарок российской сборки может измениться структура экспорта страны: увеличится доля технологически сложной продукции в экспорте. Иномарки российской сборки выйдут на внешний рынок, и это сформирует основу для нового витка притока инвестиций в отрасль.

Кроме всего вышеперечисленного локализация прямо повлияет на объем ВВП и рост экономики.

Таким образом, анализ преобладающих форм международного инвестирования в российский автопром приводит к выводу, что в целом страна выигрывает от притока инвестиций: создаются новые рабочие места, растет потребность в продукции местных производителей комплектующих, усиливается внутриотраслевая конкуренция, приводящая к повышению качества выпускаемой продукции, растут поступления в

бюджет. Кроме того, вместе с прямыми эффектами наблюдается и так называемый «spillovers»³² - обучение кадров, распространение НИОКР, и т.п. есть все основания говорить о том, что автомобильную промышленность России можно восстановить с помощью ПИИ.

Но для полной уверенности в истинности выдвинутого тезиса в третьей главе данного диссертационного исследования необходимо произвести численные оценки влияния ПИИ на принимающую отрасль.

3.2. Обзор моделей оценки влияния ПИИ на экономику страны-реципиента

Существует множество статей, посвящённых оценке эффекта от прямых иностранных инвестиций в разных странах.

ПИИ в первую очередь оказывают влияние на производительность труда стран - реципиентов [Moosa, 1995], поэтому в основном оценка влияния ПИИ осуществляется посредством анализа производительности труда страны-реципиента. Однако существуют модели оценки влияния ПИИ на темпы экономического роста страны-реципиента. В данном параграфе будет представлен обзор обоих типов моделей.

3.2.1 Модели оценки влияния ПИИ на производительность

Совокупное воздействие ПИИ на производительность принимающей страны часто делится на 2 вида эффектов: прямые и косвенные воздействия.

Прямое влияние ПИИ относится к их воздействию на производительность фирм, получающих ПИИ.

Косвенное воздействие относится к влиянию присутствия иностранных фирм на производительность местных фирм, то есть, «перетекание» производительности от иностранных фирм к местным.

Рассмотрим подробнее различные типы воздействий ПИИ на производительность принимающей страны.

Прямые экономические эффекты на производительность проявляются, когда пропорция объема промышленного производства, произведенного иностранными фирмами или фирмами, получающими ПИИ, увеличивается. При этом предполагается, что в среднем производительность у иностранных фирм больше, чем у местных фирм.

Например, ТНК обычно обладают монополистическим преимуществом или преимуществом прав собственности, которые позволяют им покрывать более высокие

³² Spillovers – внешние эффекты, технический переток [Агион, 2008]

затраты, связанные с производством за границей [Hume, 1976]. Они имеют более высокую производительность, чем местные фирмы также благодаря тому, что они обладают передовыми технологиями, управленческими структурами и доступом к международным сетям [Girma, 2001]. Кроме того, более высокий уровень производительности ТНК обусловлен и рядом других факторов. Во-первых, персонал обладает более высокой квалификацией; во-вторых, больше машин и оборудования приходится на одного рабочего, вследствие чего больше техническая эффективность.

В большинстве исследований, посвященных выявлению различий в производительности между иностранными и местными фирмами в развивающихся странах, заключением является то, что иностранные фирмы превосходят отечественные по этому показателю. В пример можно привести ряд следующих исследований. Willmore заключил, что иностранные фирмы, при прочих равных условиях, в Бразилии, как правило, имеют более высокий уровень производительности труда по сравнению с местными фирмами, функционирующими в этой же отрасли [Willmore, 1994]. Используя подробные данные по Индонезии, Blomström и Sjöholm нашли, что производительность труда была выше в учреждениях с иностранным пакетом акций по сравнению с фирмами, находящимися в отечественной собственности, причем последние получали выгоду от передачи технологий от ПИИ [Blomström, 1999]. Относительно Китая, Zhou и др. заключили, что производительность иностранных фирм значительно выше, чем этот показатель у местных фирм [Zhou, 2002]. Положительный эффект от присутствия иностранных инвестиций в Китае был найден и исследователем Chen Fang [Fang, 2009].

Прямое воздействие ПИИ на производительность труда отечественных фирм, особенно, в развивающихся странах, чаще оценивают, как положительное. Намного больше противоречий существует вокруг влияния косвенных воздействий.

Косвенное влияние ПИИ проявляется тогда, когда технология более высокого уровня и производственные методы иностранных фирм «перетекают» к местным фирмам, повышая их производительность и конкурентоспособность.

В исследовании Kinoshita разделяет косвенные эффекты от ПИИ на четыре категории:

- демонстрационно-имитационный эффект;
- эффект конкуренции;
- влияние иностранных связей;
- эффект обучения [Kinoshita, 1998].

Демонстрационно-имитационный эффект. Этот эффект является результатом различий в уровнях технологий между иностранными и местными фирмами. Иностранные

фирмы, обладающие более продвинутыми технологиями, выходят на местный рынок и вводят эти новые технологии в отрасль. Используя прямой контакт с иностранными филиалами, местные фирмы могут наблюдать и подражать способу, по которому работают иностранцы, и, внедряя этот опыт на собственные производства, отечественные фирмы увеличивают свою производительность.

Эффект конкуренции проявляется в результате дополнительного соревнования, созданного пришедшей на рынок ТНК. Поскольку конкуренция на внутреннем рынке увеличилась, местные фирмы вынуждены работать увеличивать свою эффективность и инновационную деятельность, чтобы удержать положение на рынке [Bertschek, 1995]. Этот эффект в основном наблюдается на внутрипромышленном уровне.

Влияние иностранных связей. Межотраслевые перетоки ноу-хау могут также осуществляться через прямые и обратные связи, когда иностранные филиалы вступают в операции с местными поставщиками и клиентами.

Эффект обучения. Этот эффект возникает, когда ТНК готовы передать более продвинутую технологию своим иностранным филиалам только после обучения местных работников. Обучение может быть обеспечено иностранными партнерами совместного предприятия, иностранными покупателями или поставщиками. Местные фирмы могут также отправлять своих работников на повышение квалификации с целью улучшения качества продукта, чтобы справиться с иностранной конкуренцией. Кроме того, избыток (spillover) может быть обеспечен движением рабочей силы от иностранных фирм к местным. Однако, этот тип избытка, может и не осуществляется, если преобладает слабая мобильность рабочей силы между иностранными и местными фирмами [Fosfuri, 2001].

Однако нельзя говорить о том, что прямые инвестиции оказывают на производительность отечественных предприятий исключительно положительное воздействие. В статьях авторов Blomstrum и Aitken, исследующих Мексику и Венесуэлу соответственно, например, не было обнаружено положительных технологических экстерналий. Проведение исследований в Чешской республике показало, что иностранное присутствие негативно влияет на отечественные фирмы, у которых нет иностранных партнёров [Blomström, 1983; Aitken, 1999].

Чтобы лучше разобраться в характере влияния ПИИ на производительность была составлена сводная таблица исследований, посвященных этому вопросу (см. табл. 3.7). Из таблицы видно, что так и не было получено однозначного ответа на вопрос о характере влияния ПИИ на принимающую экономику в развивающихся странах.

Таблица 3.7 Исследования посвященные оценке влияния ПИИ на экономику страны-реципиента.

Авторы исследования	Страна и период исследования	Результаты
Положительное влияние		
Kokko et al. (1996)	Уругвай (1988)	Положительный и значимый эффект на уровне фирмы (при умеренном технологическом разрыве относительно иностранных фирм)
Egger et al. (2001)	Австрия (1981-94)	Увеличение производительности труда
Kokko (1994)	Мексика (1970)	Обнаружено, что положительный эффект оказывает конкуренция между отечественными фирмами и иностранными филиалами
Djankov, Hoekman (2000)	Чехия (1992-96)	Найдено положительное влияние FDI на принимающие эти инвестиции фирмы, но также наблюдается негативное воздействие на фирмы, у которых нет иностранного партнёра
Ghatak, Halicioglu (2006)	На примере 140 стран (1991-2001)	Обнаружено, что ПИИ оказывают положительное воздействие на ВВП, но это утверждение было верно не для всех стран
Fu, Balasubramanyam (2005)	Китай (1987-1998)	В результате исследований выявлено несколько положительных эффектов от ПИИ. Во-первых, было обнаружено, что ПИИ оказывают положительное влияние на рост экспорта. Во-вторых, рост экспорта, в свою очередь, способствует росту занятости.
Hunya, Geishecker (2005)	На примере 27 стран (1993-2007)	Обнаружено положительное влияние ПИИ на рост занятости. Рост занятости происходит и среди высококвалифицированных кадров, и среди персонала с низкой квалификацией. Но масштаб этого эффекта невелик.
Buckley et al. (2007)	Китай (1995-99)	Исследовалось влияние ПИИ на автомобильную промышленность Китая. Обнаружено, что ПИИ положительно влияют на производительность труда.
Не оказывает воздействие		
Blomstrom Persson (1983)	Мексика (1970)	Не найдено подтверждений тому, что FDI повышает производительность и способствует формированию капитала в принимающей инвестиции, развивающейся стране
Haddad, Harrison (1993)	Марокко (1985-89)	Подтверждений тому, что FDI увеличивают рост продуктивности или ускоряет передачу технологий не найдено
Hisarcilar et al. (2006)	Алжир, Египет, Кипр, Марокко, Израиль, Сирия, Турция, Тунис, Иордания	Значимых связей между ПИИ и экономическим ростом не было выявлено

	(1970-2003)	
Авторы исследования	Страна и период исследования	Результаты
Faras, Ghali (2009)	ОАЭ, Саудовская Аравия, Оман, Катар, Кувейт, Бахрейн (1970-2006)	Авторы исследования пришли к заключению, что ПИИ оказывают достаточно слабое воздействие на экономический рост, но это воздействие положительно.
Azman-Saini, Baharumshah, Law (2010)	На примере 85 стран (1976-2004)	Прямого эффекта ПИИ на экономический рост не обнаружено. Однако степень влияния ПИИ зависит от степени свободы в стране-реципиенте
Отрицательное влияние		
Caves (1974)	Канада (1965-67), Австралия (1962,1966)	ПИИ оказывали положительный эффект на добавленную стоимость на 1 рабочего, но в то же время изменение ПИИ оказывало отрицательное воздействие
Globerman (1979)	Канада (1972)	Отрицательные взаимоотношения между FDI и производительностью труда принимающих фирм, т.к. любой положительный эффект погашается негативным влиянием жёсткой конкуренции
Характер воздействия неоднозначен		
Zukowska-Gagelmann (2000)	Польша (1993-97)	Высокая доля присутствия иностранных фирм в отрасли отрицательно влияет на отечественные фирмы, в то время как наблюдается положительное воздействие на работу всей отрасли, включающей иностранные фирмы, в целом
Girma et al. (2001)	Англия (1991-96)	Более высокая производительность иностранных фирм повышает совокупную производительность, но в среднем не наблюдается увеличения производительности в отечественных фирмах
Kholdy (1995)	Мексика, Бразилия, Чили, Сингапур, Замбия (1970-90)	Дисперсия производительности тем меньше, чем больше присутствие иностранных фирм.
Aitken, Harrison (1999)	Венесуэлла (1979-89)	Положительный эффект оказывается на небольшие принимающие инвестиции фирмы, но негативный на отечественные фирмы, общий эффект FDI очень мал
Zhou et al. (2002)	Китай (1992-95)	Отечественные фирмы, расположенные в регионах, привлекающих больше инвестиций или привлекающих инвестиции долгое время имеют высокую продуктивность, в то же время отечественные фирмы, работающие в отраслях, привлекающих большой поток инвестиций, имеют

Авторы исследования	Страна и период исследования	Результаты
Dimelis, Louri (2001)	Греция	Было обнаружено, что увеличение доли иностранной собственности в целом ведёт к росту производительности. В секторе крупных фирм найдено положительное влияние иностранного присутствия на производительность, а в секторе малых предприятий такой эффект не наблюдался.
Anwar, Nguyen (2011)	Вьетнам (1990-2007)	Исследовалось влияние ПИИ на чистый экспорт. Значительная положительная зависимость была выявлена, но только после Азиатско-финансового кризиса, происходившего в 1998-2000 гг.

Источник: [Buckley, 2007; Dimelis, 2001; Grima, 2001; Aitken, 1999; Добронравова, 2011]

Из приведенных в таблице исследований, на взгляд автора, наиболее интересными оказались исследование Grima и основанное на этой статье исследование Dimelis, Louri.

В исследовании Grima и др. предполагается, что существует разрыв в производительности и уровне заработной платы между отечественными фирмами и зарубежными. Величину этого разрыва авторы определяли следующим уравнением:

$$Y_{it} = \delta \cdot For_{it} + \beta \cdot X_{it} + D_{sic} + D_t + f_i + \varepsilon_{it}, \quad (4)$$

где i и t индексы фирмы и времени соответственно; Y_{it} производительность труда; For переменная иностранной собственности, принимающая значение 0 или 1 соответственно, в зависимости от того, является ли фирма отечественной или иностранной; X_{it} ряд экзогенных переменных; D_{sic} переменная, определяющая принадлежность к определённой отрасли (согласно пятизначной классификации SIC92); D_t переменная времени; f_i соразмерный со временем, случайный эффект для фирмы; ε – ошибка регрессии.

По результатам регрессии (4) авторы сделали вывод, что в Великобритании в среднем на зарубежных фирмах на 9% выше производительность труда, на 5% больше добавленная стоимость и на 9% выше уровень заработной платы, чем на отечественных предприятиях.

Отсюда был сделан вывод, что высокая доля присутствия иностранных фирм в секторе, возможно, ведёт к увеличению показателей производительности в этом секторе.

Чтобы оценить влияние прямых иностранных инвестиций на производительность труда, авторы заменили переменную иностранной собственности в уравнении (4) на переменную иностранного присутствия (FDI) и рассматривают зависимость по секторам. То есть уравнение для сектора s выглядит следующим образом:

$$y_{it} = \delta \cdot FDI_{st} + \beta \cdot X_{it} + D_{sic} + D_t + f_i + \varepsilon_{it}, \quad (5)$$

Эта регрессия была проведена только для отечественных фирм в пределах сектора.

В статье было также оценено влияние прямых иностранных инвестиций на рост продуктивности и заработной платы:

$$\Delta y_{it} = \delta \cdot \Delta FDI_{it} + \beta \cdot \Delta X_{it} + D_t + \Delta \varepsilon_{it}, \quad (6)$$

Переменные D_{sic} и f_i были исключены, т.к. регрессия проводится во времени.

По результатам регрессий (5)-(6) авторами не было найдено никаких свидетельств, связывающих рост производительности и увеличение заработных плат с ростом ПИИ.

S. Dimelis и H. Lougi в своём исследовании для оценки производительности использовали функцию Кобба-Дугласа, определённую как:

$$Y_i = F(K_i; L_i) \cdot e^{Z_i} = F(K_i; L_i) \cdot e^{\hat{Z}_i + \varepsilon_i} = F(K_i; L_i) \cdot e^{\sum \gamma_j X_{ij} + \varepsilon_i}, \quad (7)$$

где K_i и L_i капитал и труд фирмы i соответственно; Z_i – мера экзогенных шоков, которая разделяется на прогнозируемую (\hat{Z}_i) и случайную (ε_i). В свою очередь \hat{Z}_i определяется рядом экзогенных переменных X_{ij} , влияние которых определяется γ_j . Таким образом, $\hat{Z}_i = \sum \gamma_j X_{ij}$. Взяв логарифм, было получено следующее уравнение:

$$\ln Y_i = \gamma_0 + \alpha \cdot \ln K_i + \beta \cdot \ln L_i + \sum \gamma_j X_{ij} + \varepsilon_i, \quad (8)$$

где α и β эластичности выпуска по труду и капиталу соответственно; γ_0 постоянный параметр, связанный с $X_j=1$. X_j реагирует, например, на изменение уровня технологий или навыков управления; ε_i – ошибка регрессии.

Для того чтобы избежать таких эконометрических проблем как мультиколлинеарность из-за взаимозависимости двух входящих переменных или гетероскедастичности и чтобы уравнение было более пригодно для оценки, его изменили следующим образом:

$$\ln \frac{Y_i}{L_i} = \gamma_0 + \alpha \cdot \ln \frac{K_i}{L_i} + \sum \gamma_j X_{ij} + \varepsilon_i, \quad (9)$$

где X_j , кроме всего прочего, включает переменную $\ln L_i$, коэффициент при этой переменной измеряет отклонения от постоянных значений.

В исследовании фирмы были разбиты на группы крупных и малых предприятий и оценивался эффект от ПИИ как внутри групп, так и по всем фирмам в целом. В секторе крупных фирм было найдено положительное влияние иностранного присутствия на производительность фирмы. Но такой эффект проявляется только у компаний, доля иностранной собственности в которых составляет не менее 51%. Для малых фирм такого эффекта не обнаружено. Для предприятий в целом было обнаружено, что увеличение доли иностранной собственности на 10% ведёт к росту производительности на 2-3%. А в секторе малых предприятий такой эффект не наблюдался.

В рамках автомобильной отрасли такого рода исследования были проведены в Китае [Buckley, 2007].

В этом исследовании была использована следующая модель:

$$LP = f(CI, FS, LQ, RFI, RIN, TO), \quad (10)$$

Где, LP (производительность труда) отношение добавленной стоимости отрасли к ежегодному среднему числу штата рабочих в подсекторах автопрома Китая

CI (капиталовооруженность) - отношение стоимости основных фондов к среднегодовому числу работников. Чем большее машин и оборудования приходится на 1 рабочего, тем выше уровень автоматизации и выше ожидаемая производительность.

FS (размер фирмы) отношение стоимости валового выпуска отрасли к числу фирм. Согласно теории производства, увеличение размера фирмы приводит к снижению себестоимости продукции и более высокой производительности.

LQ (квалификация персонала) отношение числа высококвалифицированных работников к среднегодовому числу рабочих в каждом подсекторе отрасли. LQ показывает уровень квалификации или образования рабочей силы. Усовершенствование качества рабочей силы приведёт к увеличению производительности.

RFI (иностранные инвестиции) отношение иностранных инвестиций к общему капиталу. ПИИ не только передают капитал, но также, способны и передавать новые технологии, организаторские навыки, и передовые производственные функции. Поэтому, чем больше поток иностранных инвестиций, тем более высокая производительность. Эта переменная ограничена лагом на 1 год, чтобы избежать любых двунаправленных эффектов, таких как привлечение ПИИ эффективными и конкурентоспособными подсекторами автомобильной промышленности.

RIN (Инновации) отношение «инновационных» инвестиций к общему объёму инвестиций. Чем больше «инновационных инвестиций», тем более высокая ожидается производительность. Нужно отметить, что переменные LQ и RIN могут быть положительно связаны: чем выше способность страны к НИОКР, тем более высокий уровень квалификации персонала требуется. Эти две переменные в пока, что они представляют технологические способности отечественной экономики, могут также сказать о способности внутренних фирм поглотить техническое знание иностранных фирм.

TO - коэффициент оборачиваемости оборотного капитала (количество оборотов в год). Более быстрые нормы оборота должны привести к более высокой производительности, так как оборотный капитал фирмы, такой как материальные запасы, сырьё, или готовые изделия преобразовывается в приток наличных денег.

Все денежно-кредитные переменные измерены в постоянных ценах 1995 года. Предполагается, что все объяснительные переменные будут положительно влиять на производительность труда в автомобильной промышленности Китая. Для того чтобы проверить модель на автомобильной промышленности, групповой набор данных используется на уровне подсектора. Рассматриваемый период времени составляет пять лет с 1995 до 1999. Данные из китайского Ежегодника Автомобильной промышленности 1996-2000, в котором китайская автомобильная промышленность разделена на пять подсекторов: автопроизводство, автосборка, моторное производство, производство двигателей для транспортного средства, и автокомпоненты (см. Табл 2). Чтобы измерить непосредственно воздействие объяснительных переменных на зависимую переменную с точки зрения эластичности, переменные могут быть переписаны в логарифмической форме:

$$\ln(LP_{it}) = \beta_1 \cdot \ln(CI_{it}) + \beta_2 \cdot \ln(FS_{it}) + \beta_3 \cdot \ln(LQ_{it}) + \beta_4 \cdot \ln(RFI_{it} - 1) + \beta_5 \cdot \ln(RIN_{it}) + \beta_6 \cdot \ln(TO_{it}) + v_{it} \quad (11)$$

где i – подсектор промышленности, t - время, v_{it} – ошибка, β_1 - β_6 показывают процентное изменение в LP, связанное с процентным изменением объясняющих показателей.

Оценка производилась с помощью 3-х методов, МНК, FES и RES. Лучшим оказался FES.

Результаты оценки показали, что переменные CI, FS, RFI и TO статистически значимы и положительно влияют на LP. А переменные LQ и RIN влияют отрицательно, но статистически незначимы.

В исследованиях, проведенных коллективами авторов Girma и Dimelis, использовался ряд данных, содержащий в себе около 4000 фирм. Для оценки производительности использовались такие показатели как число занятых на предприятии, основной капитал, доля иностранной собственности в предприятии, объем прямых иностранных инвестиций, уровень заработных плат.

В исследовании автомобильной промышленности Китая использовались панельные данные пяти подотраслей автопрома.

В данном исследовании мы находимся в рамках легковой автомобильной промышленности России, поэтому в нашем распоряжении нет достаточного набора данных, чтобы провести исследования, подобные приведенным выше. К сожалению, предприятия не предоставляют информацию ни об уровне заработных плат, ни о потоках

ПИИ, ни о динамике занятости. Это делает проблематичным расчет моделей, оценивающих эффект от ПИИ на российскую экономику.

3.2.2 Модели оценки влияния ПИИ на темпы экономического роста

Существуют другие методы и модели, с помощью которых можно провести расчеты влияния ПИИ на темпы экономического роста страны-реципиента. Подробное исследование существующих моделей приведено в исследовании Балацкого В.Е. «Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования» [Балацкий, 2002]. В этом исследовании автор перечислил следующие подходы:

- 1) модель В. Леонтьева;
- 2) модель Вельфенса-Джесински;
- 3) модель типа «хищник-жертва»;
- 4) разностная модель мультипликатора-акселератора;
- 5) мультипликаторная схема оценки роли ПИИ.

Рассмотрим каждый подход подробнее.

Модель В. Леонтьева (или дифференциальная модель межстранового перераспределения капитала). Первым оценивал влияние потока ПИИ на экономический рост стал Леонтьев. Модель Леонтьева воспроизводит функционирование развитых и развивающихся стран, связь между которыми обеспечивается потоком ПИИ из развитых стран в развивающиеся.

В отношении развитых стран работают принципы мультипликатора и акселератора. Принцип мультипликатора задается уравнением

$$I(t) = s \cdot Y(t), \quad (12)$$

где Y – ВВП в данной группе стран, I – объем инвестиций в развитых странах, s – норма накопления (инвестирования) или мультипликатор инвестиций.

Принцип акселератора задан уравнением

$$Y(t) = \frac{I(t)}{b}, \quad (13)$$

где b – коэффициент приростной капиталоемкости или акселератор инвестиций.

Комбинирование этих двух принципов приводит к итоговому дифференциальному уравнению, которое описывает динамику выпуска в группе развитых стран:

$$Y(t) - \left(\frac{s}{b}\right) \cdot Y(t) = 0, \quad (14)$$

Решение этого уравнения – экспоненциальная функция роста:

$$Y(t) = Y(0) \cdot e^{\left(\frac{s}{b}\right)t}, \quad (15)$$

Из предположения, что объем переводимого в развивающиеся страны капитала составляет постоянную долю от ВВП, экспортирующих капитал стран, равную h следует, что величина переводимого капитала $H(t)$ задается соотношением:

$$H(t) = h \cdot Y(0) \cdot e^{\left(\frac{s}{b}\right)t}, \quad (13)$$

В отношении развивающихся стран действуют следующие принципы:

- модифицированный принцип мультипликатора

$$I^*(t) = s^* \cdot Y^*(t) + h \cdot Y(0) \cdot e^{\left(\frac{s}{b}\right)t}, \quad (16)$$

где Y^* – ВВП в группе развивающихся стран, I^* – объем инвестиций в развивающихся странах, s^* – норма накопления (инвестирования) или мультипликатор инвестиций в этой же группе стран.

Иными словами, инвестиции развивающихся стран получаются путем сложения собственных внутренних инвестиций и инвестиций, переводимых из развитых стран.

- Принцип акселератора задается уравнением

$$Y^*(t) = I^*(t)/b^*, \quad (17)$$

где b^* – акселератор инвестиций развивающихся стран

Итоговое уравнение, описывающее динамику выпуска в группе развивающихся стран: получается также с помощью комбинирования этих принципов

$$Y^*(t) - \left(\frac{s^*}{b^*}\right) \cdot Y^*(t) - \left(\frac{h}{b^*}\right) \cdot Y(0) \cdot e^{\left(\frac{s}{b}\right)t} = 0, \quad (18)$$

В общем случае, когда $s^*/b^* \neq s/b$, уравнение (4) имеет следующее решение:

$$Y^*(t) = \left[Y^*(0) - \frac{H(0)}{b^* \cdot \left(\frac{s}{b} - \frac{s^*}{b^*}\right)} \right] \cdot e^{\left(\frac{s^*}{b^*}\right)t} + \frac{H(0)}{b^* \cdot \left(\frac{s}{b} - \frac{s^*}{b^*}\right)} \cdot e^{\left(\frac{s}{b}\right)t}, \quad (19)$$

Таким образом, экономический рост в развивающихся странах напрямую зависит от темпов роста в развитых странах и от начального значения вывозимого из развитых стран капитала.

Модель Вельфенса-Джесински (Welfens-Jasinski model) (или модель экономического роста на базе производственных функций).

Изначально эта модель предназначалась специально для переходных экономик, поскольку она учитывает возможный приток притока ПИИ и зависимость темпа научно-технического прогресса (НТП) от совокупности институциональных условий хозяйствования.

Общий вид производственной функции этой модели имеет следующий вид:

$$Y(t) = [K(t) + H(t)]^\beta \cdot [L(t)]^{1-\beta} \cdot e^{zt}, \quad (20)$$

где Y – ВВП (или ВНП); K – внутренний основной капитал; H – иностранный основной капитал (накопленные ПИИ); L – численность занятых в национальной экономике; z – НТП; β – статистически оцениваемый параметр.

При этом на темп НТП – z – влияют следующие четыре параметра:

- объем накопленных знаний;
- отношение стоимости импортируемых промежуточных товаров к совокупному выпуску;
- степень развитости рыночных институтов;
- величина экспорта.

Модель «хищник-жертва». Модели такого типа основываются на взаимодействии местных и иностранных инвестиций. Она предполагает построение эконометрических зависимостей между показателями инвестиционной активности местных и иностранных фирм.

В модели такого типа рассматриваются два сектора экономики: местные предприятия и предприятия с участием иностранного капитала, динамика развития которых обычно описывается следующими уравнениями:

$$\frac{dY}{dt} = aY + b \cdot Y \cdot Y^*, \quad (21)$$

$$\frac{dY^*}{dt} = c \cdot Y^* + h \cdot Y \cdot Y^*, \quad (22)$$

где Y и Y^* число предприятий соответствующих секторов экономики; a , b , c и h – параметры модели.

Поскольку иностранные и местные предприятия взаимодействуют друг с другом, причем предприятия одного сектора могут расширять свое производство за счет предприятий другого сектора, то время от времени такое взаимодействие может привести к ускорению экономического роста обоих секторов. Тогда:

$$\lambda = a + m \cdot [c - a + (1 - m) \cdot (b + h) \cdot (Y + Y^*)], \quad (23)$$

где λ – темп экономического роста ВВП ($Y+Y^*$); m – доля произведенного продукта на предприятиях с участием иностранного капитала в совокупном объеме производства;

$$m = \frac{Y^*}{Y+Y^*}, \quad (24)$$

Отсюда следует, что влияние доли m на темпы экономического роста страны-реципиента описывается следующим уравнением:

$$\lambda_F - \lambda_S = [c - a + (b + h) \cdot (Y + Y^*) \cdot (1 - 2m_S)] \cdot (m_F - m_S), \quad (25)$$

где λ_s – начальное значение темпа экономического роста; λ_F – конечное значение темпа экономического роста; m_s – начальное значение доли продукта предприятий с участием иностранного капитала в совокупном объеме производства; m_F – конечное значение доли продукта предприятий с участием иностранного капитала в совокупном объеме производства.

Взаимодействие иностранного и местного секторов в целом оказывает положительный эффект на экономический росте, при условии, что $b + k > 0$.

Тест на выполнение данного условия может использоваться в качестве дополнительного индикатора эффективности секторальной структуры национальной экономики.

Модифицированная разностная модель мультипликатора-акселератора. Основу данной модели составляют принципы мультипликатора и акселератора.

Мультипликатор задан уравнением:

$$I = s \cdot Y, \quad (26)$$

Акселератор задан уравнением

$$\Delta Y = k \cdot I, \quad (27)$$

где I – суммарные инвестиции в основной капитал в году t ; Y – произведенный продукт в году t ; s – средняя склонность к инвестированию; k – приростная капиталоемкость производства.

Результатом комбинация этих двух принципов становится следующее уравнение:

$$Y_{t+1} = (1 + s \cdot k) \cdot Y_t, \quad (28)$$

Решением этого уравнения является простая степенная производственная функция:

$$Y_t = Y_0 \cdot (1 + s \cdot k)^t, \quad (29)$$

Если темп прироста ВВП принять за λ , то очевидно, что $\lambda = s \cdot k$.

Последнее уравнение можно записать следующим образом:

$$\lambda = s \cdot [(1 - m) \cdot b + m \cdot b^*], \quad (30)$$

Где $m = \frac{\Gamma^*}{\Gamma}$; $b = \frac{\Delta X}{(I - \Gamma)}$; $b^* = \frac{\Delta X^*}{\Gamma^*}$;

m – доля ПИИ, осуществляемых предприятиями с участием иностранного капитала, в общей массе капиталовложений; b – акселератор инвестиций местного сектора; b^* – акселератор инвестиций иностранного сектора или акселератор ПИИ; Γ^* – ПИИ; X – продукция, произведенная местным сектором; X^* – продукция, произведенная иностранным сектором; причем $Y = X + X^*$.

Полученное уравнение показывает зависимость темпов экономического роста от инвестиционной активности, доли ПИИ и отдачи от инвестиций в иностранном и местном секторах.

Из этого уравнения можно получить зависимость, отражающую влияние доли ПИИ на темпы экономического роста в стране-реципиенте:

$$\lambda_F - \lambda_S = s \cdot (b^* - b) \cdot (m_F - m_S), \quad (31)$$

где λ_S – начальное значение темпа экономического роста; λ_F – конечное значение темпа экономического роста; m_S – начальное значение доли ПИИ; m_F – конечное значение доли ПИИ осуществляемых предприятиями с участием иностранного капитала, в общей массе капиталовложений.

Мультипликаторная схема оценки роли ПИИ. Основным принципом этой схемы является расчет динамического мультипликатора инвестиций (предельной производительности инвестиций).

Для местного и иностранного секторов экономики рассчитываются следующие показатели:

$$r = \frac{\Delta X}{\Delta Y}, \quad (32)$$

$$r^* = \frac{\Delta X^*}{\Delta I^*}, \quad (33)$$

где X – продукция, произведенная отечественными предприятиями; X^* – продукция, произведенная иностранным сектором, причем $Y = X + X^*$; I – внутренние инвестиции; I^* – ПИИ; r – мультипликатор инвестиций местного сектора экономики; r^* – мультипликатор ПИИ.

Справедливо следующее соотношение:

$$\Delta Y = r \cdot \Delta I + r^* \cdot \Delta I^*, \quad (34)$$

Отсюда вытекает основная формула, связывающая темпы экономического роста (λ) с долей ПИИ ($m = \frac{I^*}{I+I^*}$), общей инвестиционной активностью экономики ($s = \frac{I+I^*}{Y}$), мультипликаторами инвестиций (r и r^*) и темпами роста местных инвестиций и ПИИ (α и β):

$$\lambda = s \cdot [\beta \cdot m \cdot r^* + \alpha \cdot r \cdot (1 - m)], \quad (35)$$

Окончательная формула оценки структурного сдвига в инвестиционных потоках, основанная также на конечных и начальных значениях выглядит следующим образом:

$$\lambda_F - \lambda_S = s \cdot (\beta \cdot r^* - \alpha \cdot r) \cdot (m_F - m_S), \quad (36)$$

где λ_S – начальное значение темпа экономического роста; λ_F – конечное значение темпа экономического роста; m_S – начальное значение доли ПИИ; m_F – конечное значение

доли ПИИ осуществляемых предприятиями с участием иностранного капитала, в общей массе капиталовложений.

Но у каждой из описанных выше моделей существует ряд недостатков.

В модели В. Леонтьева, например, масштабы вывозимого капитала из страны-донора в ней напрямую увязываются с темпом экономического роста, а это не всегда так, поскольку в настоящее время как развитые, так и развивающиеся страны экспортируют и импортируют капитал одновременно. Причем интенсивность обмена капиталом не всегда связана напрямую с интенсивностью экономического роста, что доказывает неоднозначность этой связи. Поэтому для получения корректных результатов необходимо провести огромную технически сложную работу по классификации стран на развитые и развивающиеся.

Кроме того, немаловажно учитывать структуру ввозимого капитала, поскольку инвестиции, способствующие консервации неэффективной структуры экономики, ведут к замедлению экономического развития страны-реципиента. С этой точки зрения расчеты по модели В. Леонтьева могут стать причиной неверного вывода относительно истинной роли иностранных инвестиций.

Ещё одно немаловажное замечание к этой модели – равноэффективность внутренних инвестиций и ПИИ. В модели Леонтьева предполагается, что ПИИ это только лишь дополнительные финансовые ресурсы, хотя для привлекающей инвестиции стране, ПИИ это в первую очередь источник новых технологий и организационных форм производства.

При использовании данной модели необходимо учитывать, что для получения значений акселератора необходимо строить регрессионные функции на основе динамических рядов, а это возможно только для стационарных систем. Значит, для переходных экономических режимов этим методом нельзя пользоваться.

Дополнительную сложность проведения расчетов вызовет необходимость наличия не только национальной, но и международной статистики.

Таким образом, очевидно, что выбор модели Леонтьева для оценки эффекта ПИИ на экономический рост в какой-то конкретной стране все же будут представлять неудобства

Метод, предложенный П. Вельфенсом и П. Джесински, также имеет ряд недостатков, среди которых:

- невозможность приравнивания ПИИ к основному капиталу в общем случае из-за наличия временных лагов в освоении инвестиций и из-за постепенного выбытия основных фондов;

- двойной учет, т.к. материализовавшиеся в основных фондах ПИИ уже могут быть учтены в национальной статистике по линии прироста внутреннего основного капитала;
- положение о равноэффективности отечественного капитала и ПИИ, противоречивость которого отмечена выше;
- независимость мультипликатора НТП от потоков ПИИ. Очевидно, что ПИИ в первую очередь выполняют функцию по передаче технологических и управленческих инноваций в экономику страны-реципиента;
- сложность в вычислении темпов НТП;
- необходимость хорошей статистической базы.

Недостатки были выявлены и у модели типа «хищник-жертва». В этой модели роль ПИИ отражается косвенно. Кроме того, проблема с данными также существует: на длинных интервалах времени стабильность параметров модели редко наблюдается, а короткие интервалы не позволяют получить достаточно «хорошие» статистические оценки модели. К тому же расчет на основе моделей типа «хищник-жертва» влечет за собой трудоемкий предварительный этап по определению динамических законов функционирования двухсекторной экономической системы. Все это делает весь метод весьма трудоемким.

Несмотря на то, что модифицированная разностная модель мультипликатора-акселератора достаточно проста, она содержит ряд методических «ловушек», среди которых:

- необходимо обладать данными об объеме ПИИ, сопоставимые с совокупным объемом инвестиций в национальной экономике, и данные об объеме произведенной продукции местным и иностранным секторами, причем приросты данных объемов должны измеряться в сопоставимых ценах, чтобы исключить инфляцию. Все это обязывает к аккуратной и трудоемкой работе с данными, в противном случае, могут возникнуть заметные погрешности при проведении прикладных расчетов;
- модель акселератора-мультипликатора с учетом фактора ПИИ позволяет проводить с минимальными усилиями «точечные» расчеты по выяснению их роли для ускорения экономического роста. Однако переносить полученные «точечные» оценки на другие периоды, как правило, неправомерно. Для этого требуется устойчивость акселераторов во времени, что не всегда выполнимо.

Формулы модели мультипликатора-акселератора и мультипликаторной схемы оценки роли ПИИ тождественны, поэтому и недостатки у них одинаковы. Однако несложно заметить, что модель акселератора-мультипликатора проще в вычислениях, поскольку она обладает меньшим числом параметров и акселератор инвестиций связан с базовым периодом

Общим же недостатком этих двух подходов к оценке влияния ПИИ является то, что они предполагают мгновенное изменение исходной доли ПИИ, что не выполняется на практике, поскольку требует определенного периода времени. Однако с целью получения ориентировочных расчетов, которые помогают определить качественную картину явления эти методы вполне можно использовать [Балацкий,2002].

Подводя итог исследования этих пяти моделей, рассмотрев все их достоинства и недостатки, можно сделать вывод, что самой удобной моделью из всех является модель мультипликатора-акселератора. В первую очередь это связано с тем, что поиск данных применительно к России не должен вызвать проблем, поскольку не требует больших динамических рядов. Кроме того, эта модель позволяет провести исследования отраслевых рынков страны-реципиента, что нам и требуется.

Однако в рамках диссертационного исследования попытки реализации рекомендованных в рассмотренной выше литературе подходов не дали значимых результатов. Была рассчитана модель мультипликатора-акселератора для автомобильной промышленности России, но результаты регрессии оказались незначимы (см. Приложение 3).

Поскольку количественную оценку влияния ПИИ на производительность и на экономический рост получить не удалось, компенсируем её отсутствие качественным анализом: подведем итоги анализа развития отрасли, анализа работы режимов сборки иномарок. В результате этого анализа будут выработаны рекомендации по проведению отраслевой промышленной политики.

3.3. Результаты анализа состояния автомобильной промышленности

Подводя промежуточные итоги работы в России сборочных предприятий, нельзя не вернуться к выводу о том, что с 1997 г. легковая автомобильная промышленность прошла свой путь эволюции от «отверточной» сборки автомобилей до режима промышленной сборки и стратегических альянсов. При этом необходимо отметить, что в результате этой эволюции Россия разработала свою собственную модель развития отрасли, основанную на зарубежных технологиях, и эта модель отличается от

предыдущей модели и от стратегий развития автопрома в других странах. Это один из выводов диссертационного исследования.

По мере перехода от одного режима сборки к другому в России выработалась собственная линия модернизации и развития автомобильной промышленности, *обладающая определенными элементами, которые делают ее состоятельной в национальных условиях:*

1) масштабный характер развития, который предполагает работу в России многих представителей зарубежного автопрома. Они смогут предоставить технологии различного технологического уровня и назначения. Это позволит исключить негативные последствия при завершении сотрудничества с отдельно взятым производителем, как, например, это было после ухода FIAT в 1970-х гг.;

2) долгосрочный характер сотрудничества также выгодно отличает новую стратегию модернизации и развития от прежней. Конечно, восьми лет совместной работы с FIAT недостаточно для полномасштабного развития неконкурентоспособной отрасли. Так, например, даже выпустив собственную модель Vega, "ТагАЗ" не собирается останавливать сотрудничество с Hyundai после 10 лет совместной работы.

3) уже построенные заводы конечного производства и возможное появление в Ленинградской и Калужской областях производителей комплектующих позволяют рассматривать эти регионы как будущие автомобильные кластеры;

4) выгодное географическое положение Ленинградской области делает эффективным возможным экспорт иномарок российской сборки в страны Восточной Европы;

5) производство в регионе автомобилей одного класса в одной ценовой нише, что сейчас наблюдается в Ленинградской области, формирует условия для развития конкуренции между производителями. Такая конкуренция будет стимулировать рост локализации производства, которая позволит компаниям экономить на транзакционных и транспортных издержках. Это снизит риски роста отпускных цен быстрее, чем у конкурентов.

Каждое положение играет важную роль и положительно влияет на автомобилестроительную отрасль. А если их сложить в систему, то при качественном управлении и ответственном контроле работа этой системы позволит провести модернизацию отрасли.

При выполнении необходимых для развития условий можно дополнить схему эволюции следующим образом (см. рис 3.7) [Лебедев, 2011]

Хотя уже реализуется сценарий модернизации автомобильной промышленности, основанный на привлечении ПИИ, реструктуризации отрасли еще не произошло. Необходимо найти этому причины.

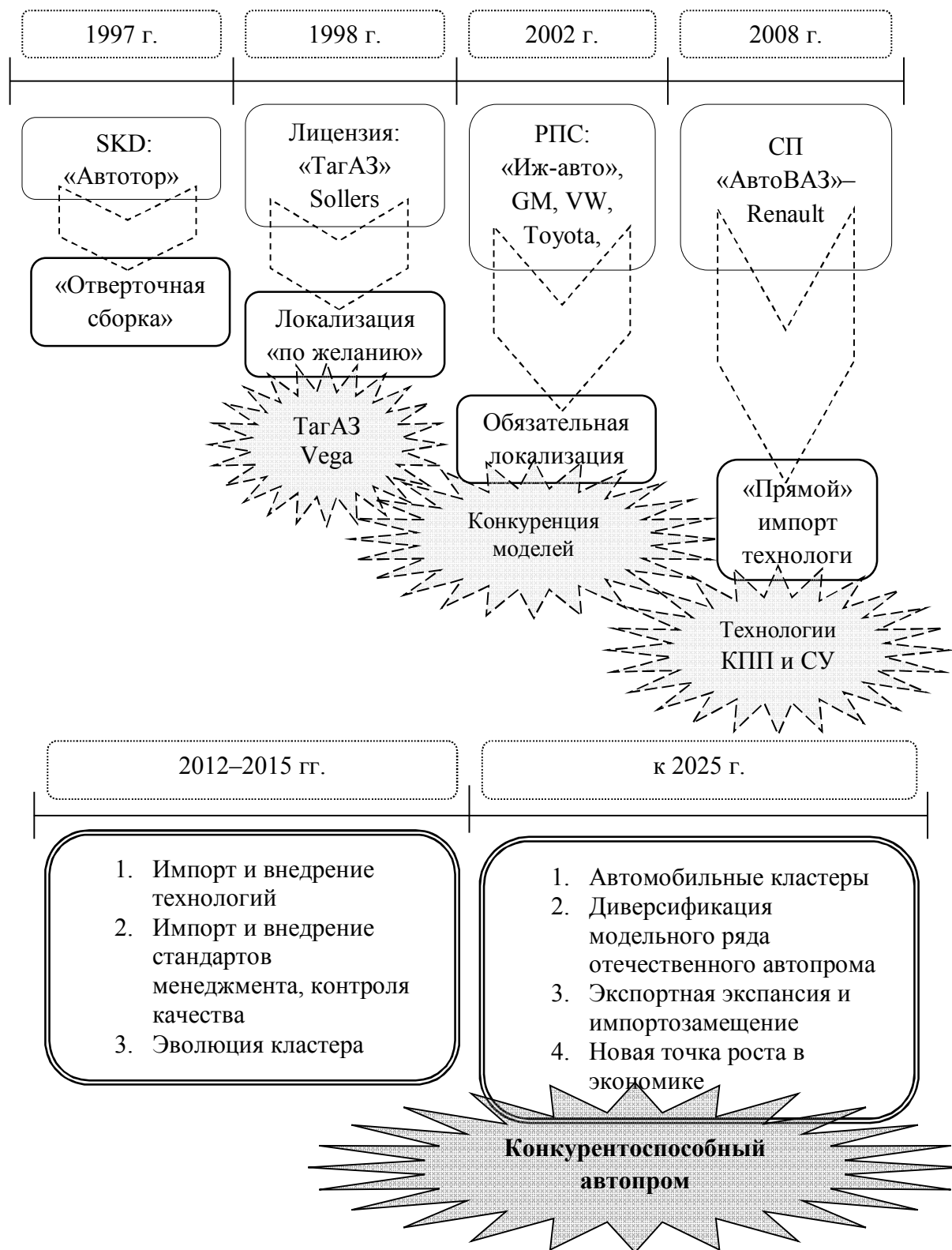


Рис. 3.7. Эволюция режимов сборки автомобилей и их потенциальные результаты

Сценарии развития автомобильной промышленности России

Стратегия развития автомобилестроения, разработанная Министерством промышленности и торговли, предполагает реструктуризацию автомобильной отрасли, ключевыми элементами которой являются привлечение иностранных партнеров и организация многочисленных совместных предприятий.

Авторы стратегии развития автомобильной промышленности РФ до 2020 г. сформировали четыре сценария развития отрасли, основанных на двух ключевых показателях – доля импорта на внутреннем рынке и отношение экспорта транспортных средств к внутреннему рынку (см. табл. 3.8).

Таблица 3.8. Сценарии развития автомобильной отрасли в РФ

Сценарий	Основные положения
«Текущий вектор»	<ul style="list-style-type: none">• продолжение текущих тенденций на автомобильном рынке;• российские производители работают в качестве сборщиков автомобилей по контракту;• национальное производство удовлетворяет около 50% спроса, остальное – импорт;• автокомпоненты производятся для устаревших российских моделей, незначительные поставки иностранным производителям;• незначительные НИОКР.
«Умеренно инновационный»	<ul style="list-style-type: none">• реструктуризация автомобильной отрасли с целью повышения способности автоиндустрии удовлетворить спрос на внутреннем рынке, малый объем экспорта и импорта;• акцент на поощрение сотрудничества российских и зарубежных компаний, создания совместных предприятий с зарубежными производителями производства и автомобилей, и автокомпонентов;• финансирование части затрат на НИОКР;• стимулирование повышения степени локализации до уровня 50%;• заимствование платформ и другой интеллектуальной собственности
«Инновационно-активный»	<ul style="list-style-type: none">• вывод российских автомобилей на уровень глобальной конкурентоспособности с помощью существенной реструктуризации автомобильной отрасли, обширных инвестиций в модернизацию и НИОКР;• ориентировка на экспорт: треть автомобилей экспортируется;• конкурентоспособный рынок автокомпонентов;• ведутся полномасштабные НИОКР, разработка моделей и платформ, ориентированных на мировой рынок.
«Инновационно-пассивный»	<ul style="list-style-type: none">• установление заградительных мер защиты от импорта;• ориентация производства только на внутренний рынок

Инновационно-пассивный сценарий был признан неприемлемым и исключен из списка. Таким образом, концепция развития автопрома включает три сценария. Первый

предполагает развитие только сборочных производств, второй - партнерство с мировыми автопроизводителями, третий - превращение России в глобального игрока [Стратегия №319].

Для сегмента легкового автомобилестроения разработчиками стратегии был выбран «Умеренно-инновационный» сценарий развития, основанный на активном привлечении иностранных партнеров и организации многочисленных совместных предприятий. Сценарий предполагает, что 80% спроса будет удовлетворяться за счет внутреннего производства, которое будет поровну разделено между отечественными производителями и иномарками российской сборки.

В стратегии указывается и на то, что отечественное машиностроение нуждается в активной помощи государства.

В выбранном сценарии акцент деятельности государства направлен на:

- поощрение сотрудничества российских и зарубежных компаний, и развитие государственно-частного партнерства в НИОКР;
- финансирование части затрат НИОКР национальными компаниями;
- предоставление государственных гарантий по кредитам на покупку лицензий и разработку НИОКР;
- поощрение создания СП с зарубежными производителями;
- ограничение доли иностранных партнеров на уровне 50%;
- стимулирование роста уровня локализации и увеличения мощностей по производству автомобилей;
- предоставление кредитных ресурсов с компенсацией части процентной ставки.

Основная роль государства определяется как влияние на следующий ряд параметров:

- стимулирование спроса для восстановления внутреннего рынка;
- принятие умеренных тарифных и нетарифных мер по ограничению импорта;
- повышение инвестиционной привлекательности;
- развитие законодательства в области автомобилестроения;
- поддержка экспорта продукции российского автомобилестроения.

Однако недавнее **вступление России в ВТО** уменьшает регулирующие возможности государства и сужает круг государственных мер по поддержке отраслей. В этих условиях автомобилестроение можно отнести к наиболее уязвимым отраслям.

Российская Федерация стала 156-м членом Всемирной торговой организации 22 августа 2012 года. Россия вступила в ВТО на следующих условиях:

- 1) обязательство снизить
 - средневзвешенную ставку импортного тарифа на товары с 10% до 7,8%. Для автомобильной промышленности установлен самый длительный переходный период — от 4 до 8 лет.
 - средний сельскохозяйственный тариф с 13,2% до 10,8%,
 - средневзвешенную импортную пошлину на промышленные товары с 9,5% до 7,3%.
- 2) Сократить в два раза общий размер субсидий сельскохозяйственным предприятиям. Таким образом, объем субсидий сократится с сегодняшних 9 млрд долларов до 4,4 миллиарда к 2018 году. Экспортных субсидий российские сельхозпредприятия получать не будут.
- 3) Господдержка определенного вида продукции должна составлять не более 30% от общей суммы субсидий ликвидировать таможенные сборы на ввоз компьютеров и элементную базу.
- 4) Снизить пошлины на бытовую электронику и электротехнику, различное технологическое и научное оборудование и лекарства.
- 5) Привести внутренние цены на энергоносители к уровню мировых.
- 6) Разрешить учредить долю иностранного капитала в совокупном капитале страховых компаний более 45%, в уставном капитале российских банков более 50%, в уставном капитале операторов рынка ценных бумаг — до 75%.
- 7) Отменить льготы по НДС для отдельных категорий продукции.
- 8) Согласиться на ограничение экспортных пошлин по более чем 700 товарным позициям.

Таким образом, Россия обязана снизить импортные тарифы и лишается возможности автономно их повышать. Ограничение тарифного регулирования не позволит государству осуществить полный комплекс мер, прописанных в стратегии.

Ограничение размера субсидий и льгот по НДС также сузит круг мер, которые могло бы предпринять государство для поддержки автомобилестроения.

Россия больше не имеет права дискриминировать импортные товары, применять количественные ограничения на их ввоз (за исключением специальных защитных мер). Осуществление этого условия приведет к росту конкуренции на внутреннем рынке. Резкое усиление конкуренции со стороны иностранных производителей товаров и услуг может

привести к спаду промышленного производства, росту безработицы, таким образом, закрепит Россию на сырьевой игле [Кашин, 2012].

С другой стороны, вступление в ВТО дает и ряд преимуществ:

- улучшение условий доступа на российский рынок высокотехнологичной продукции и структуры импорта,
- рост инвестиций и экспансию российских товаров и услуг на внешние рынки,
- стабильность правил торговли.

Но для реализации этих преимуществ экономика России должна иметь долгосрочную стратегию развития и эффективную промышленную политику (нацеленную на повышение конкурентоспособности, расширение емкости внутреннего потребительского рынка, увеличение экспорта продукции обрабатывающих отраслей и снижение экспортной нагрузки добывающих отраслей)

Пока отрасль по-прежнему развивается в «Текущем векторе», несмотря на то, что внедряются основные пункты «Умеренно-инновационного» сценария. Уже сейчас доля иномарок российской сборки в структуре производства автомобилей практически достигла 70%, а уровень локализации растет небольшими темпами.

Происходит это потому, что принимаемые меры направлены на конечных производителей, а не на развитие отрасли автомобильных компонентов. Поскольку в России не происходит модернизации базы автокомпонентов, процент локализации растет медленно. Меры, направленные на повышение уровня локализации носят скорее бюрократический характер, нежели реальный. Для реализации «Умеренно-инновационного» сценария необходимо финансирование и проведение НИОКР в автокомпонентной отрасли.

Кроме того, сценарии стратегии не учитывают уровень развития технологий, а они напрямую влияют на развитие автомобильной отрасли и взаимоотношения с иностранными партнерами.

В связи с тем, что промышленность развитых стран уже начинает осваивать технологии VI длинной волны экономического развития, мы решили сформировать сценарии развития, основанные на уровне технологий.

Уровень технологий определяется технологическим укладом³³ (длинной волной). Выделяют 6 длинных волн (технологических укладов). Эти уклады связывают с

³³ **Технологический уклад** - совокупность технологически сопряженных производств, сохраняющая целостность в процессе своего развития. Он охватывает замкнутый воспроизводственный цикл - от добычи природных ресурсов и профессиональной подготовки кадров до непроемленного потребления. Исходя

Кондратьевскими циклами. Технологии первых трех длинных волн были освоены до 50-х годов прошлого века. Первый уклад (волна) был основан на новых технологиях в текстильной промышленности и использовании энергии воды, второй характеризовался применением механического производства во всех отраслях на основе парового двигателя. Технологии третьей волны базировались на использовании электрической энергии в промышленном производстве, а также характеризовались развитием тяжелого машиностроения и электротехнической промышленности на основе использования стального проката и новых открытий в области химии и физики.

Преобладающие в России сейчас технологии можно отнести к четвертой длинной волне, которая основывается на развитии энергетики с использованием нефти и нефтепродуктов, газа, средств связи, новых синтетических материалов. Технологии такого уклада начали формироваться в 1930-х годах. Отличительной чертой этой длинной волны стало массовое производство на основе конвейерной технологии, а ключевыми факторами – двигатель внутреннего сгорания и нефтехимия. В рамках именно этого уклада появились транснациональные компании, которые осуществляли прямые инвестиции в рынки различных стран.

Технологии пятой волны опираются на достижения в области микроэлектроники, информатики, биотехнологии, геномной инженерии, новых видов энергии, материалов, освоения космического пространства, спутниковой связи и т. п. Ключевым фактором уклада – микроэлектронные компоненты.³⁴

Шестая длинная волна будет базироваться на достижениях молекулярной биологии и геномной инженерии, нанотехнологиях³⁵, систем искусственного интеллекта, глобальных информационных сетей, интегрированных высокоскоростных транспортных систем.

Каждый новый уклад зарождается в то время, когда действующий уклад достигает своего расцвета и доминирует в экономике. Доминирующий уклад достигает пределов роста, затем происходит снижение прибыльности соответствующих производств уклада и перераспределение ресурсов в пользу воспроизводственных цепочек нового технологического уклада [Сухарев, 2013].

Автомобильная промышленность первоначально составляла ядро четвертого технологического уклада. Но развитие электроники не обошло эту отрасль

из такого представления технологической структуры экономики, ее динамика может быть описана как процесс развития и последовательной смены технологических укладов. [Концепция, 2008]

Технологический уклад – сформированная в экономике система, которая охватывает все стадии переработки ресурсов, а также непроизводственное потребление, образуя макроэкономический воспроизводственный контур [Глазьев, 1993]

³⁴ Макеева Т. Технологические уклады // InvenTech / <http://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0026/>

³⁵ **Нанотехнология** – это технология создания объектов, размеры которых порядка 10^{-9} метров (атомы, молекулы) [Константинов].

машиностроения. Доля электроники в автомобилях постоянно растет. Растет и доля электроники в стоимости автомобиля (в 1990 году электроника и софт составляли не более 16% стоимости машины, в 2001 году — 25%, к 2005 году доля выросла до 40% [Агеев, 1999; Грек, 2005]). Такая тенденция требует от России перехода на V технологический уклад, в противном случае в России фактически будет производиться только «железо».

Сейчас в РФ доля технологий, которые относят к V укладу, составляет не более 10%, причем, такой показатель наблюдается только в наиболее технологичных и развитых отраслях оборонной и ракетно-космической промышленности, к IV уровню относится более 50% технологий, и около 30% относится к III технологическому укладу. В развитых странах наблюдается другая структура. Например, в США доля технологий V технологического уровня превышает в настоящее время 60%, IV уровня – 20%. Доля технологий III уровня осталась совсем незначительной, а уже до 5% технологий в промышленности относится к новому, VI технологическому укладу [Каблов, 2010].

К технологиям VI длинной волны в автомобилестроении относят сейчас применение нанотехнологий (нанопокртия, наноструктурные материалы и наноэлектроника). Первыми нанотехнологии в отрасль внедрили Германские автопроизводители. Компания Mercedes Benz, начиная с 2003 года, стала использовать нанопокртия на автомобилях премиум-класса. Сейчас наноматериалы внедрены в производство автомобилей компаниями BMW Nissan и Toyota. А в скором времени нанотехнологии будут передовым направлением развития автомобилестроения³⁶.

Таким образом, можно выделить три сценария развития автомобильной промышленности, основанных на технологиях IV, V, VI длинных волн: текущий вектор, развитие автоэлектроники и внедрение нанотехнологий (см. табл. 3.9).

Сценарий развития **«Текущий вектор»** предполагает сохранение установившихся тенденций на автомобильном рынке и в автомобильной промышленности. Условия, в которых происходит развитие сценария: отечественные предприятия обладают технологиями IV длинной волны, государство занимается только контролем выполнения условий режима промышленной сборки. Результатом становится достижение уровня локализации установленных в законе 60% за счет производства в стране простых узлов и агрегатов, простейшей электроники, стекол, сидений и т.п. Конкурентная база автокомпонентов не формируется. Отечественные марки занимают нишу автомобилей

³⁶ См. Нанотехнологии в автомобильной промышленности. 11.10.2005 г. / Наука и технологии России (STRF) // http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=8538
Применение нанотехнологий в автомобильной промышленности /4nano.ru// <http://4nano.ru/primenienie-v-avtomobilnoy-promyshlennosti/>

коном-класса и 20% продаж на автомобильном рынке. Иностранные производители обучают в основном персонал, занятый на конвейере, что не способствует диффузии технологий.

Таблица 3.9. Сценарии развития автомобильной отрасли на основе технологического уклада

Сценарий Переменные	Текущий вектор	Развитие автоэлектроники	Внедрение нанотехнологий
Уровень технологий	Преобладание технологий IV длинной волны	Переход на технологии, относящиеся к V длинной волне, развитие электронной промышленности, увеличение доли электроники на отечественных автомобилях	Одновременное освоение технологий V и VI длинных волн, применение нанотехнологий в автомобилестроении
Процент локализации	Процент локализации достигает установленного в законе уровня 60% за счет простых узлов и агрегатов и больше не увеличивается	Процент локализации достигает установленного в законе уровня 60% на основе сложных узлов и агрегатов (ДВС и КПП), рост уровня локализации продолжается	Процент локализации достигает высокого уровня 90-100%.
Заводы и автокомпоненты	Новые производства не открываются. Конкурентоспособность базы автокомпонентов низка	Строительство новых заводов по производству иномарок, увеличение модельного ряда производимых автомобилей. Формирование современной базы автокомпонентов	Строительство новых российских заводов, основанных на освоенных технологиях. База конкурентоспособных автокомпонентов
Персонал	Сохранение рабочих мест, обучение персонала, работающего на конвейере	Новые рабочие места, обучение персонала, как работающего на конвейере, так и инженеров, менеджеров и руководящего персонала	Высококвалифицированный персонал на отечественных заводах, российские центры повышения квалификации на базе освоенных технологий

Сценарий «Развитие автоэлектроники» происходит в условиях развития в России отрасли автомобильной электроники, помощи государства в софинансировании НИОКР и

государственном контроле выполнения условий промышленной сборки. Результатом осуществления этого сценария станет переход на технологии V длинной волны. Освоение технологий V уклада будет способствовать достижению установленного законом процента локализации, а значит и овладению необходимых технологий, что позволит сформировать конкурентоспособную базу автокомпонентов. В результате этого процесса повысится доверие производителей иномарок, работающих в России к отечественным деталям, что в свою очередь увеличит процент локализации. Иностранцы производители будут заинтересованы в расширении производства в России, увеличат производимый модельный ряд, проведут обучение персонала как работающего на конвейере, так и инженеров, менеджеров и руководящего состава. Улучшение условий производства сможет привлечь в страну новых производителей, которые, в свою очередь, дадут новые рабочие места и новые технологии, что позволит отрасли стать конкурентоспособной.

Сценарий «**Внедрение нанотехнологий**» базируется на освоении технологий V и VI волн. В свете того, что промышленность развитых стран начинает переход на VI технологический уклад, необходимо провести адаптацию отечественной автомобильной промышленности в условиях перехода на новый уклад. Переход на технологии V длинной волны должен сопровождаться освоением технологий, необходимых для ускоренного перехода на VI уклад. Конечно же, для выполнения этого сценария от государства требуется финансирование НИОКР. В условиях подготовки российских производителей, их модернизации и повышения конкурентоспособности, процент локализации может оказаться на более высоком уровне изначально, и в дальнейшем расти более высокими темпами. Это напрямую повлияет на динамику и объем импорта современных технологий, экономии времени. Отрасль сильно сократит технологическое отставание от мировых лидеров. В случае реализации этого сценария отрасли будет работать высококвалифицированный персонал, собственные центры обучения персонала. Освоенные технологии позволяют организовывать собственные конкурентоспособные производства как автокомпонентов, так и готовых автомобилей. Автомобильная промышленность будет выпускать конкурентоспособную продукцию, с которой отрасль способна выйти на мировой рынок.

В существующих условиях функционирования автомобильной отрасли велика вероятность исполнения сценария «Текущий вектор». Но при должном контроле со стороны государства над выполнением условий режима промышленной сборки, при софинансировании НИОКР реализуемым становится сценарий перехода на V технологический уклад.

3.4. Рекомендации по развитию автомобильной отрасли и по стратегии привлечения ПИИ в автомобильную промышленность

Чтобы усилить конкурентоспособность, российской автомобилестроительной отрасли потребуется решение нескольких важнейших задач. В случае успеха, это обеспечит конкурентные преимущества автопрома в долгосрочной перспективе.

Уже не раз в данной работе акцент ставился на большую значимость государственной поддержки и контроля для отечественной промышленности.

Несомненно, первоочередная задача, которую необходимо решить - это формирование конкурентоспособной общей базы качественных автокомпонентов, поэтому сейчас инвестиции необходимо привлекать именно в эту отрасль. Без компонентной базы автомобильную промышленность восстановить не удастся, поскольку именно качество автокомпонентов определяет качество и надежность автомобиля, стоимость его обслуживания и степень локализации ИРС. Сейчас доля отечественных автокомпонентов на рынке составляет всего около 25%.

Для решения этой задачи необходимо стимулировать строительство заводов по производству автокомпонентов, обеспечить развитие уже существующих производств, повышать квалификацию уже существующих поставщиков комплектующих.

Также выгодно для всей автомобилестроительной отрасли, включая производство автокомпонентов, создание стратегических альянсов³⁷ между зарубежными инвесторами и местными производителями [Фишер, 2002]. Стратегические альянсы позволяют бизнесу создать конкурентное преимущество за счет доступа к ресурсам и способностям партнера, таким как рынки, технологии, капиталы и люди, и дают возможность пользоваться более сильными каналами маркетинга.

Методы управления на отечественных предприятиях также устарели, поэтому необходима новая система планирования и маркетинга. Модернизировать систему управления можно при помощи иностранных партнёров, ориентируясь и перенимая их опыт.

Кроме того, эффективная система менеджмента поможет снизить операционные затраты и расходы на заработную плату, ведь именно затраты на факторы производства сейчас являются одним из сдерживающих факторов для ПИИ. Иностранные производители жалуются на высокие затраты на электроэнергию и транспортные расходы. По данным BCG, цены на электричество выросли на 18% , а ввозить автомобили из Японии в Украину дешевле, чем импортировать из России. Кроме того, в России

³⁷ Стратегический альянс – это партнерство между фирмами, в котором ресурсы и способности фирм объединяются для достижения наилучшего результата.

наблюдается избыток управленческих кадров и чрезмерное количество уровней подчинения [Бутенко, 2013].

Решить эту проблему без вмешательства государства опять же не удастся. Необходим государственный контроль над энергетической и транспортной отраслью, регулирование тарифов.

От Правительства требуется создать такие условия, при которых российские производители смогут получить доступ к зарубежным технологиям. В первую очередь, это установление контроля со стороны властей за соблюдением условий локализации. По Соглашению с МЭР, процент локализации в режиме промсборки должен составлять не менее 30% к 2015 году. Во второй главе данного исследования было показано, что уже сейчас некоторые зарубежные производители, собирающие автомобили в России, перешли за тридцатипроцентный рубеж (см. рис. 2.7), но много и таких производителей, которые могут не выполнить данные условия в срок.

Кроме контроля над уровнем локализации, нужно также периодически законодательно повышать установленный процент, как это было сделано в 2010 году.

Если контроль будет налажен соответствующим образом, иностранные производители, действующие на территории РФ, будут вынуждены развивать автопром. Важным в данном случае является вопрос о средствах для повышения степени локализации. Ведь зарубежные производители могут производить в России почти все детали интерьера салона, аккумуляторы, стекла, фары, сидения, однако в долгосрочной перспективе рост локализации станет невозможным, а технологическое развитие отрасли останется на низком уровне. Чтобы этого не произошло, правительству необходимо создать условия для производства в России технологически сложных узлов и агрегатов: двигателей, коробок передач, генераторов и электроники.

Однако, в связи с вступлением России в ВТО, от главного государственного рычага привлечения ПИИ – таможенные льготы для ИРС – со временем придется отказаться. К 2018 году Россия должна будет отменить льготы на ввоз комплектующих. Поскольку соглашения по сборке иномарок были заключены до 2020 года, в течение двух лет (2018-2020г.) государство обязано будет компенсировать повышение ставок ввозных пошлин в форме субсидий.

Вторая, но не менее важная задача в процессе привлечения инвестиций заключается в следующем: помимо привлечения ПИИ необходимо проводить и собственные НИОКР. Как было сказано выше, обычно передаются технологии, утратившие статус новейших. Пока автомобильная отрасль будет осваивать эти технологии, конкуренты уйдут вперед. Поэтому, чтобы догонять мировых

автопроизводителей, нужны собственные разработки, причем уже в технологиях, относящихся как минимум к V длинной волне. В противном случае. Отрасль может попасть в ловушку технологического изживенчества. Для активизации НИОКР понадобится финансирование со стороны государства. При этом инвестировать государству придется не только в новые разработки, но и в обучение и повышение квалификации персонала. Кроме того, эти меры окажут еще один положительный эффект: сокращение времени разработки новых моделей автомобилей, которое на данный момент времени составляет около 5 лет.

Привлечение инвестиций целесообразно, если в стране стабильный и растущий спрос на легковые автомобили, который обеспечит загрузкой действующие предприятия.

Есть несколько факторов, которые будут оказывать положительное воздействие на спрос. Конечно же, в первую очередь, спрос зависит от уровня доходов населения, поскольку цены на автомобили постоянно растут.

Как показала практика, программа утилизации автомобилей, значительно повышает спрос на автомобили. Поскольку эта программа была грамотно построена, выросли продажи в основном отечественных автомобилей. Эта программа по утилизации автомобилей позволяла приобрести автомобиль марки Lada за 99 тыс. руб. Успех проведения таких программ подтверждается и зарубежным опытом. Германия первая ввела премию в размере 2,5 тыс. евро за утилизацию старых автомобилей, срок службы которых превысил 9 лет. Сейчас в стране отличные результаты продаж новых машин: на фоне обвального снижения продаж в России во время кризиса, в Германии продажи выросли на 40%. Сегодня премии автомобилистам за утилизацию старого транспортного средства платят уже в 12 странах Евросоюза. Недавно аналогичные программы стартовали в Японии и США. Программа утилизации, проведенная в России, как и ожидалось, оказала значительный положительный эффект на автопром. Можно с уверенностью сказать, что иностранный опыт проведения такого рода программ успешно перенят.

Положительный эффект на объём продаж окажут выгодные программы автокредитования и стимулирующие программы. Субсидирование покупок автомобилей отечественного производства позволит поддержать их продажи. В России такая программа стартовала в апреле 2009 г. Субсидия в данном случае предоставляется на новый автомобиль, произведённый на территории РФ, стоимостью не более 600 тыс. рублей. В соответствии с этой программой, покупатель получает снижение базовой процентной ставки банка в размере 2/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ на дату выдачи кредита.

Росту спроса на новые автомобили также будут способствовать дилерские программы. Покупателей будут привлекать различные акции и скидки. Всегда приятно получить в подарок комплект зимней резины или "бесплатную" дополнительную опцию. Нельзя не заметить, что пока еще дилерские и сервисные центры, особенно в регионах, не соответствуют высоким требованиям и стандартам иностранных партнеров. Дилеры еще не в состоянии освоить западную модель работы. Причины не новы: низкокачественная база автокомплекующих и несовершенная логистика.

Существует две причины необходимости формирования эффективного послепродажного обслуживания. Во-первых, это придаст уверенности потенциальным покупателям в надежности автомобиля, снизит потенциальную стоимость владения автомобилем, таким образом, еще больше увеличит спрос на автомобили. А во-вторых, послепродажное обслуживание – это источник прибыли. Но в России по каким-то причинам это не берут в расчет. Если в РФ доля прибыли от послепродажного обслуживания составляет 10-30%, то в странах Европы этот показатель оценивается в 50-70%.

Для решения этих задач российским дилерским центрам необходимо в первую очередь разорвать контракты с неэффективными поставщиками и научиться ценить своего клиента.

При анализе структуры рынка легковых автомобилей в России было также замечено, что иномарки преобладают в центральных регионах России и крупных городах, а отечественные автомобили – в остальных регионах России. Чтобы решить задачу проникновения на автомобильные рынки регионов, иностранным предприятиям, производящим автомобили в РФ, нужно адаптировать продукцию и услуги к российским условиям. Кроме того, существует необходимость организации экспорта «российских иномарок», так как она поможет снижению зависимости от внутреннего спроса.

Для эффективного управления процессом привлечения ПИИ необходимы качественные прогнозы, что требует достаточно больших массивов данных, которых в настоящее время у Росстата по автопрому нет. Поэтому еще одна рекомендация – формирование базы данных по автомобильной отрасли.

Таким образом, благодаря эффективному управлению процессом привлечения прямых иностранных инвестиций, автомобильная промышленность способна получить новый источник роста и импульс к инвестиционно-технологическому развитию отрасли на базе зарубежных технологий. Как результат в России может появиться новая точка роста на базе отраслей конечного производства.

Заключение

В данном диссертационном исследовании рассмотрены основные тенденции развития легкой автомобильной промышленности России. В процессе ретроспективного анализа автомобильной промышленности были выявлены причины низкой конкурентоспособности отечественной продукции. Слабая конкурентоспособность российских автомобилей обуславливается рядом причин, среди которых низкокачественная база автокомплектующих, низкая «культура» сборки, технологическая отсталость, устаревшие стандарты менеджмента и контроля.

В диссертационной работе было проведено сравнение двух самых распространенных моделей промышленной политики – модели импортозамещения и экспортоориентированной модели, оценены плюсы и минусы реализации соответствующих экономических стратегий. Изучение мирового опыта промышленной политики показало, что следование только по пути импортозамещения не даст ощутимых долгосрочных результатов в повышении эффективности экономики из-за создания «тепличных» условий для отечественных предприятий. В результате, технологическая отсталость этих предприятий не сокращается, а наоборот, начинает расти. Это приводит к консервации отставания. Вместе с тем, краткосрочный период проведения импортозамещающей политики позволил ряду стран провести реструктуризацию экономики, диверсифицировать хозяйственную структуру, создать новые необходимые производства. Это способствовало созданию базиса для реализации экспортоориентированной модели промышленной политики.

Следовательно, долгое время опираться только на модель импортозамещения нецелесообразно. Как только в стране сформируется база высококачественной продукции, конкурентоспособной на мировых рынках, необходимо переходить к осуществлению экспортоориентированной модели промышленной политики. Стратегия импортозамещения является предпосылкой к переходу на экспортоориентированный путь развития.

Поскольку в России еще только формируется политика импортозамещения, упор в исследовании был сделан на изучение стратегий догоняющего развития и использования при этом ПИИ. В ходе исследования были выявлены положительные и отрицательные эффекты от ПИИ как для экономики России, так и для автомобильной отрасли.

Анализ функционирования режимов сборки в России показал, что формы режимов сборки эволюционировали от SCD-сборки до стратегических альянсов. Каждый из этих

режимов дал свои положительные результаты (рост локализации, производство комплектующих, обучение персонала, формирование кластеров, освоение новых технологий), свидетельствующие о формировании основы для интенсификации проникновения в отрасль иностранных технологий и стандартов. Вместе с тем, есть и ряд негативных эффектов: рост доли сегмента иномарок российской сборки, импорт сложных комплектующих от прежних поставщиков, угроза свертывания НИОКР.

Тем не менее, передача технологий совместно с инвестированием способны помочь российской отрасли совершить технологический рывок в развитии, поскольку отрасль отстает технически, а времени на разработку и внедрение своих технологий в производство нет. Тем более что есть примеры успешного освоения импортных технологий отечественными автопроизводителями.

Проведенная в диссертационном исследовании проверка возможности применения разработанных иностранными авторами моделей для получения численной оценки влияния ПИИ на экономику России не дала значимых результатов. Обращение к российским базам данных показало, что в России пока нет достаточного массива данных для осуществления подобных расчетов. Поскольку численную оценку влияния ПИИ на производительность и на экономический рост получить не удалось, было принято решение провести аналитический обзор итогов работы сборки иномарок и выработать рекомендации по дальнейшему проведению отраслевой политики.

Один из важных выводов данного исследования - тезис о том, что в легкой автомобильной промышленности России сформировалась стратегия модернизации и развития, которую можно охарактеризовать как эволюцию режимов промышленной сборки (от SCD-сборки автомобилей до стратегических альянсов). Стратегия сформировалась по мере перехода от одного режима сборки к другому. Она обладает рядом элементов (масштабное привлечение иностранных партнеров, долгосрочные соглашения, формирование кластеров автомобильной промышленности), каждый из которых играет важную роль и положительно влияет на автомобилестроительную отрасль.

Правительственные меры по модернизации легкой автомобильной промышленности, основанные на активном привлечении иностранных партнеров и организации многочисленных совместных предприятий, пока не дают желаемого результата. Причина этому – направленность на конечных производителей, а не на развитие отрасли автомобильных компонентов. Поскольку в России не происходит модернизации базы автокомпонентов, процент локализации растет медленно.

Кроме того, сценарии Стратегии не учитывают уровень развития технологий, а они напрямую влияют на развитие автомобильной отрасли и взаимоотношения с иностранными партнерами. В условиях растущей доли электронных компонент в автомобиле и приближающейся технической революции, основанной на нанотехнологиях, в диссертационной работе сформировано три сценария развития автомобильной промышленности. Эти сценарии основаны на технологических укладах (ТУ), соответствующих последовательным длинным волнам экономического развития. Сценарий «текущий вектор» основан на технологиях IV ТУ (механика), сценарий «развитие автоэлектроники» – на V ТУ (электроника), а сценарий «внедрение нанотехнологий» базируется на технологиях V и VI ТУ (нанотехнологии).

В диссертационной работе выработан ряд рекомендаций по развитию автомобильной отрасли и по стратегии привлечения ПИИ в автомобильную промышленность.

1. Решением проблемы отсутствия конкурентоспособной общей базы качественных автокомпонентов станет привлечение инвестиции именно в эту отрасль, стимулирование строительства заводов по производству автокомпонентов, обеспечение развития уже существующих производств, повышение квалификации уже существующих поставщиков комплектующих. Без компонентной базы автомобильную промышленность восстановить не удастся, поскольку именно качество автокомпонентов определяет качество и надежность автомобиля, стоимость его обслуживания и степень локализации иномарок российской сборки

2. Положительный эффект на автомобильные производства окажет совершенствование методов управления на отечественных предприятиях. Необходимо модернизировать систему менеджмента планирования и маркетинга с помощью иностранных партнёров.

3. Соблюдению условий локализации будет способствовать установление над ними государственного контроля, периодическое повышение установленного процента локализации на законодательном уровне. В этом случае российская автомобильная промышленность от привлечения ПИИ сможет получить нужный эффект.

4. Чтобы зарубежные производители не ограничивались передачей технологий простых узлов и агрегатов (интерьера салона, аккумуляторы, стекла, фары, сидения) необходимо контролировать качество импортозамещения, создать условия для производства в России технологически сложных узлов и агрегатов: двигателей, коробок передач, генераторов и электроники. Таким образом, наряду с контролем над соблюдением условий локализации необходимо повышать требования к его качеству.

5. Сокращению технологического разрыва будет способствовать проведение собственных НИОКР, в противном случае, существует угроза попасть в ловушку технологического иждивенчества. Как следствие, доля создаваемой в стране добавленной стоимости в автомобильной промышленности будет снижаться. Поэтому, чтобы начать догонять мировых автопроизводителей, нужны собственные разработки, причем уже в технологиях, относящихся, как минимум, к электронике.

6. Управляя спросом, автомобильная промышленность может получить новый импульс к инвестиционно-технологическому развитию отрасли на базе зарубежных технологий. Стимулировать спрос нужно с помощью проведения программ утилизации автомобилей, выгодных программ автокредитования, акций, дилерских программы, формирования системы эффективного послепродажного обслуживания.

Выполнение данных рекомендаций позволит увеличить текущую конкурентоспособность автомобилестроения и обеспечит его конкурентные преимущества в перспективе.

Библиографический список использованной литературы

1. **Агеев С.** Электроника в автомобиле // Радио. 1999. № 8. – С. 48-50.
2. **Агеев С.** Электроника в автомобиле // Радио. 1999. № 9. – С. 33-34.
3. **Агион Ф., Блум Н., Бланделл Р., Гриффит Р., Хауитт П.** Конкуренция и инновации: зависимость в форме перевернутой буквы U*. // Конкуренция И Конкурентная Политика Экономическая Школа. Альманах, Том 6. Отв. ред. - С.Б. Авдашева. – М.:ГУ ВШЭ, 2008
4. **Архипов А. И.** Экономический словарь / А. И. Архипов [и др.]; отв. ред. А. И. Архипов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект. 2010. – 672 с.
5. **Балацкий Е.В., Павличенко Р.В.** Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования // Мировая экономика и международные отношения. 2002. №1. – С. 52-64.
6. **Белоус Т. Я.** Прямые иностранные инвестиции в России: плюсы и минусы // Международные экономические отношения. 2003. №9. – С. 60-66.
7. **Борисов В.Н.** Методы оценки инновационной эффективности в обрабатывающей промышленности [Электронный ресурс] / В.Н. Борисов, О.В. Почукаева, Т.Г. Орлова, Е.А. Балагурова, К.Г. Почукаев // ИНП РАН. – 2012. – Режим доступа: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=pub/bor03>
8. **Богомолова И.П., Хохлов Е.В.** Анализ формирования категории конкурентоспособность, как фактора рыночного превосходства экономических объектов конкурентоспособность // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. №1. – С. 113-120.
9. **Борлакова Л.А.** Оценка конкурентоспособности региональных социально-экономических систем [Электронный ресурс] // Publishing house Education and Science s.r.o. / Сборник тезисов VII Международной научно-практической конференции «Научный потенциал мира – 2011». – 2011. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/23_NPM_2011/Economics/13_91545.doc.htm
10. **Бутенко В.** Трансформация российской автомобильной промышленности: от восстановления к конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Бутенко В., Крайд Э., Ланг Н., Мауэрер Ш. // The Boston Consulting Group (BCG). – 2013. – Июль. – Режим доступа: <http://www.bcg.ru/documents/file140975.pdf>
11. **Васнев С.А.** Статистика: Учебное пособие. – М.: МГУП, 2001. – 170 с.
12. **Виноградова Е.** Стоимость владения автомобилем в России на 40% выше, чем в США // Ведомости. – 2013. – 24 января.
13. **Владимирский И., Добровольский В.** Наш автопром: локализация // Авторевю. 2012. №5. – С. 20-23.

14. **Волкова Л.А.** Определение емкости рынка. Учебное пособие. – М.: Экономика, 2010. – 105 с.
15. **Гимпельсон В.** Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм / В. Гимпельсон, В. Голикова, К. Гончар, Р. Капелюшников и др.; под. ред. К.Р. Гончар и Б.В Кузнецова; Гос.ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Вершина, 2008. – 480 с.
16. **Глазьев С. Ю.** Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВладДар, 1993. – 310 с.
17. **Горбашко Е.А.** Менеджмент качества и конкурентоспособности. — СПб.: СПбГУЭФ, 2002. — 104 с.
18. **Грамматчиков А.** Почему так дорого? // Эксперт Авто. – 2013. №4 (135)–17 июня.
19. **Грек А.** Компьютеры на колесах: автомобильная электроника // Популярная механика. 2005. №3.
20. **Гришин И. А.** Проблемы муниципальной экономики // Проблемы современной экономики. 2007. №2 (22).
21. **Дайнеко А., Берсенов Д.** Экспортная ориентация экономики как фактор импортозамещения // Банкаўскі вестнік. 2011. №31 (540). – С. – 24-30 с.
22. **Дементьев В.Е.** Экономические пузыри в длинноволновой динамике: избегать или дозировать. Часть 1 // Экономическая наука современной России. 2009. №2 (45). – С. 7-20.
23. **Дементьев В.Е.** Экономические пузыри в длинноволновой динамике: избегать или дозировать. Часть 2 // Экономическая наука современной России. 2009. №3 (46). – С. 7-19.
24. **Дементьев В.Е.** Модернизация российской экономики и государственное управление. – М.: «КомКнига», 2006. – 376 с.
25. **Дерябин А. О.** Механизм привлечения прямых иностранных инвестиций для промышленных предприятий: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05. Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. – СПб, 2002. – 22 с.
26. **Добронравова Е.** Влияние прямых иностранных инвестиций на макроэкономические показатели [Электронный ресурс] // Stud24. – 2011. – Февраль 2011г. – Режим доступа: <http://stud24.ru/economics/vliyanie-pryamyh-inostrannyh-investicij-na/492265-1904913-page1.html>
27. **Евразийская Экономическая Комиссия.** Департамент промышленной политики. Аналитический обзор: Состояние легковой автомобильной промышленности государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства в 2010 – 2012 годах [Электронный ресурс] // Евразийская Экономическая Комиссия. – 2013. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/>

- prom_i_agroprom/dep_prom/SiteAssets/Материалы в разделе Аналитика/Обзор развития автомобильной промышленности ТСИЭЭП.pdf
28. **Ермолаев С.А., Капканщиков С.Г.** Структурная политика государства в механизме экономического роста. Учебное пособие. – Ульяновск.: УлГТУ, 2005. – 72 с.
 29. **Жилина Л.Н.** Теории международных инвестиций. Раздаточные материалы для учебного процесса [Электронный ресурс] // Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – 2012. – Режим доступа: <http://study.vvsu.ru/Files/1335/Теории.doc>
 30. **Захаров А.Н., Зокин А.А.** Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы управления. Бизнес и банки. – 2004. №1-2. – С.1-5.
 31. **Зобнин В.А.** Расчет и оптимизация стоимости владения легковым автомобилем в некоммерческой эксплуатации. – М., 2012. - 74 с.
 32. **Иванов Д.Ю.** Отечественный опыт управления и регулирования автомобильной промышленности в XX веке [Электронный ресурс] // Проблемы местного самоуправления. – 2012. – № 49. – Режим доступа: <http://www.samoupravlenie.ru/49-07.php>
 33. **Ивантер В.В.** Стратегия развития Автомобильной промышленности России / Ивантер В.В., Узяков М.Н., Панфилов В.С, и др. – М.: ИНП РАН, 2005. – 96 с.
 34. **Каблов Е.** Шестой технологический уклад // Наука и жизнь. 2010. №4.
 35. **Кадочников С.М.** Прямые зарубежные инвестиции: микроэкономический анализ эффектов благосостояния. Научное издание. – СПб.: «Экономическая школа», 2002. – 267 с.
 36. **Калабеков И.Г.** Российские реформы в цифрах и фактах. Справочное издание. – М.: "РУСАКИ", 2010. – 498 с.
 37. **Кашин В.И.** Не зная броду... // Правда. – 2012. № 5.
 38. **Клейнер Г.Б.** Концепция федерального закона «О промышленной политике Российской Федерации» // Экономическая наука современной России. 2013. №3 (62). – С. 70-75.
 39. **Комогорцев А.В., Ферова И.С.** Модели промышленной политики в контексте современных траекторий развития экономики // Экономические проблемы и решения. 2005. №4. – С. 22-34.
 40. **Кондратьев В.Б.** Автомобильная промышленность: перспективы развития после кризиса [Электронный ресурс] // Портал «Перспективы». – 2010. – 1 октября. – Режим доступа: http://perspektivy.info/rus/ekob/avtomobilnaja_promyshlennost_perspektivy_razvitija_posle_krizisa_2010-10-01.htm
 41. **Константинов И.** Нанотехнологиям – сотни тысяч лет? [Электронный ресурс] // Тайны XX века. – Режим доступа: <http://tainy.info/technics/nanotexnologiyam-%E2%80%93-sotni-tysyach-let/>

42. **Кувалин Д.Б.** Институциональные барьеры для инвестиций в России: некоторые оценки // Экономическая наука современной России. 2006. № 2. – С. 102-107.
43. **Кузьмин А.** Новая Lada сошла с конвейера. Опции и цены [Электронный ресурс] // Autonews.ru. – 2012. – 17 июня. – Режим доступа: <http://www.autonews.ru/autobusiness/news/1686231/>
44. **Лаврентьев В.Н.** Новые индустриальные страны Азии: перестройка промышленной структуры. — М.: Наука, 1990. – 192 с.
45. **Ланьков А.Н.** Автомобильная промышленность Кореи: 2000 год // "Компания". – 2002. №4 (201). –11 февраля.
46. **Лебедев К.К., Панкратова Д.А.** Эволюция режимов промышленной сборки – одно из условий модернизации и развития автопрома России // Экономическая наука современной России. 2011. №3 (54). – С. 121-134.
47. **Лебедев К.К., Панкратова Д.А.** Эволюция российской стратегии модернизации и развития кризисного автопрома [Электронный ресурс] // Институт финансовых исследований. – 2009. – 30 декабря. – Режим доступа: [http://www.ifs.ru/special/301209-spec\[1\].pdf](http://www.ifs.ru/special/301209-spec[1].pdf)
48. **Липатов Ю. Д.** Д.А. Медведев: «Развитие топливно-энергетического комплекса России остается нашим важнейшим приоритетом» [Электронный ресурс] // Первый канал – 2010. – 12 февраля. – Режим доступа: <http://www.1tv.ru/news/economic/148605>
49. **Львов Д.С.** Нравственная экономика // Свободная мысль – XXI. 2004. № 9. – С. 24-36.
50. **Лютова М.** «АвтоВАЗ» запустил производство Lada Largus // Ведомости. – 2012. 04 апреля.
51. **Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г.** Основы управления конкурентоспособностью. – М.: Омега-Л, 2009. – 328 с.
52. **Мазур И.И., Шапиро В.Д.** Управление качеством. Учеб. пособие. – М.: Высш. Шк., 2003. – 334 с.
53. **Макаров А.** Нужна программа импортозамещения // Экономический еженедельник «Курс Н». – 2010. №22. – 11 июня.
54. **Макаров В.Л., Варшавский А.Е.** Наука и высокие технологии России на рубеже третьего тысячелетия (социально-экономические аспекты развития) / Руководители авт. колл. В.Л. Макаров и А.Е. Варшавский. – М.: Наука, 2001. – 636 с.
55. **Матвиенко В.** Когда мы были «большими»... [Электронный ресурс] //Автопарк 5 Колесо. – 2008. – 31 июля. – Режим доступа: <http://www.park5.ru/articles/1/417//>
56. **Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С.** Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. – СПб: Питер, 2001. – 688 с.
57. **Митин С.Г.** О развитии национального автопрома // Автомобильная промышленность. 1999. № 4. – С. 1-3.

58. **Митин С.Г., Ипатов А.А.** Мировое автомобилестроение и вопросы стратегии развития автомобильной промышленности в России. – М.: Высш. шк. экономики, 1999. – 47 с.
59. **Михайлова А.А.** Роль прямых иностранных инвестиций в экономике стран-реципиентов // Экономическая наука современной России. 2009. №3 (46). – С. 84-93.
60. **Михайлушкин А.И., Шимко П.Д.** Международная экономика. — М.: Высшая школа, 2002. – 336 с.
61. **Морозова Т.Г.** Государственное регулирование экономики. Учебное пособие для ВУЗов / Морозова Т.Г., Дурдыев Ю.М., Тихонов В.Ф. и др.; под ред. проф. Т.Г. Морозовой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 255с.
62. **Назаров В.** Экономическая роль иностранных инвестиций // Экономист. 2001. № 11. – С. 19-27.
63. **Непомнящий А.** Сошлись на 300 000 // Ведомости. – 2010. № 228 (2746) – 02 декабря.
64. **Николаева А.** Прощание с «семеркой» [Электронный ресурс] // Интерфакс. –2012. – 18 апреля. – Режим доступа: <http://www.interfax-russia.ru/Povoljje/view.asp?id=308824>
65. **Осадчая И.М.** Экономика. Толковый словарь. – М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". Дж. Блэк, 2000 г. – 479 с.
66. **Плотицина Т.М.** Определение конкурентоспособности предприятия // Вестник ТГТУ. 2010. – Том 16. № 1. – С. 205-211.
67. **Погребняк Е.В.** Автомобильная промышленность России: состояние и перспективы // Е.В. Погребняк, А.Р. Белоусов, Б.В. Кузнецов, Д.Л. Пахомов; ин-т комплекс. стратег. исслед. – М.: Альпина Паблишер, 2002. - 147 с.
68. **Полтерович В.М., Попов В.В.** Эволюционная теория экономической политики. I, II часть // Вопросы экономики. 2006. №7. – С. 4-23.
69. **Полтерович В.М., Попов В.В.** Эволюционная теория экономической политики. I, II часть // Вопросы экономики. 2006. №8. – С. 46-64.
70. **Полтерович В.М.** Проблема формирования национальной инновационной системы // Экономика и математические методы. 2009 г. № 2. – С. 3-18.
71. **Полтерович В.М.** Элементы теории реформ. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – 446 с.
72. **Полтерович В.М.** О стратегии догоняющего развития для России // Экономическая наука современной России. 2007. № 3. – С.17-23.
73. **Попов Ю.Н., Гришина Т.В.** Россия перед вызовом: быть ей конкурентоспособной или нет? – М.: Трибуна, 2013. – 368 с.
74. **Порватов И.Н., Кристальный С.Р.** Классификация и маркировка автомобилей. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Основы конструкции автомобилей». – М.: МАДИ, 2010. – 50 с.

75. **Портер М.** Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. – М.: Альпина бизнес букс, 2008. – 495 с.
76. **Портер М.** Международная конкуренция / пер с англ.; под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
77. **Портер М.** Международная конкуренция / пер. с англ.; под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 2004. – 896 с.
78. **Путин В.В.** О наших экономических задачах // Ведомости. – 2012. – 30 января.
79. **Райзберг Б.А.** Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
80. **Реус А.** Режим промышленной сборки» инновационная система привлечения инвестиций [Электронный ресурс] // Минпромторг РФ. – 2006. – 01 сентября. – Режим доступа: <http://v2009.minprom.gov.ru/appearance/showAppearanceIssue?url=activity/auto/appearance/11>
81. **Рут С.** Обзор рынка новых легковых автомобилей в России и прогнозы его развития [Электронный ресурс] // PriceWaterhouseCoopers. – 2011. – 20 января. – Режим доступа: http://slon.ru/images/doc/Stanley_Root_PwC_20Jan2011_rus.pdf
82. **Рут С.** Обзор рынка новых легковых автомобилей в России и прогнозы его развития. 19.01.2012 // PriceWaterhouseCoopers. – 2012. – 19 января. – Режим доступа: http://www.pwc.ru/en_RU/ru/automotive/assets/automotive-review-2011.pdf
83. **Рут С.** Литвиненко С. Автомобильный рынок России: результаты 2012 года и перспективы. 22.01.2013 / PriceWaterhouseCoopers // http://www.pwc.ru/en_RU/ru/automotive/assets/2013-automotive-press-briefing.pdf
84. **Сараев В.** Регламент для тольяттинской революции // Эксперт. – 2012. №19 (802) – 14 мая.
85. **Селифонов В.Я.** Автомобильная промышленность [Электронный ресурс] // Яндекс. Словари. БСЭ. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru> > БСЭ. — 1969—1978
86. **Силова Е.С., Старцев Ю.Н.** Промышленная политика в России: состояние и перспективы // Вестник Челябинского университета. Сер. 7. Государственное и муниципальное управление. – 2005. № 1. – С. 12-16.
87. **Старовойтова О.В.** Импортзамещение в условиях малой открытой экономики: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.14 / О.В. Старовойтова; Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2011.
88. **Сухарев О.С.** Проблема периодизации технологического развития в эволюционном анализе // Экономический анализ: теория и практика. 2013. №23 (326). – С. 2-18.
89. **Троекурова И.С.** Новая стадия в «догоняющем» развитии (на примере стран – членов АТЭС) // Экономический журнал. 2004. №7. – С. 149-172.

90. **Туревский И.С.** Экономика отрасли: автомобильный транспорт. – М.: «ИНФРА-М», 2011. – 288 с.
91. **Удалов С.** Почему Renault-Nissan за 5 лет так и не возродил АвтоВАЗ [Электронный ресурс] // Forbes.ru. – 2012. – 13 декабря. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/sobytiya-column/kompanii/230900-pochemu-renault-nissan-za-5-let-tak-i-ne-vozdil-avtovaz>
92. **Фиалко А., Товкайло М.** Последний хлам // Ведомости – 2011. № 61 (2827) – 07 апреля.
93. **Фишер П.** Как превратить Россию в привлекательный рынок для иностранных инвесторов // Вопросы экономики. 2002. №2. – С.83-101.
94. **Фишер П.** Прямые иностранные инвестиции для России: Стратегия возрождения промышленности. – М.: «Финансы и статистика», 1999. – 510 с.
95. **Фишер П.** Россия и мировые притоки прямых иностранных инвестиций: проблемы и перспективы // Вопросы статистики. 2005. №9. – С. 30-45.
96. **Хэррис Дж. Мэнвилл.** Международные финансы / пер. с англ. В.Н. Егоров – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1996. – 296 с.
97. **Целикова С.** Топ 25 регионов России по объему регистрации новых легковых автомобилей в январе-октябре 2011-2012. Пресс-релиз [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Автостат. – 2012. – 20 ноября. – Режим доступа: <http://www.autostat.ru/news/view/12008/>
98. **Чайникова Л.Н., Чайников В.Н.** Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие. – Тамбов: изд-во Тамб. гос. техн. ун-та (ТГТУ), 2007. – 192 с.
99. **Яременко Ю.В.** Экономические беседы. Запись С.А. Белановского. – М.: ЦИСН, 1999. – 344 с.
100. **Ясин Е.Г., Яковлев А.А.** Конкурентоспособность и модернизация российской экономики // Вопросы экономики. 2004. №7. – С. 4-34.
101. ГОСТ Р 51814.1 – 2009. Система менеджмента качества в автомобилестроении. Особые требования по применению ISO 9001:2008 в автомобильной промышленности и организациях, производящих соответствующие запасные части. Введ. 2009-06-30. – М.: Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, 2009. – 34 с.
102. Закон РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" от 22.03.1991 г. № 948-1 (в ред. Федеральных законов от 30.12.2001г. №196-ФЗ и от 26.07.2006г. № 135-ФЗ) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61977/
103. Концепция формирования Государственной комплексной программы развития машиностроения России [Электронный ресурс] // Союз машиностроителей – 2008. – 24 июня. – Режим доступа: <http://soyuzmash.ru/informcenter/concept/concept.htm>

104. Постановление Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки» от 29.03.2005 № 166. (в ред. Постановлений Правительства РФ от 27.11.2006 №718, и от 08.12.2010 №1002) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108118/
105. Приказ Минэкономразвития РФ №678, Минпромторга РФ №1289, Минфина РФ №184н от 24.12.2010 «О внесении изменений в порядок, определяющий понятие "промышленная сборка" моторных транспортных средств и устанавливающий применение данного понятия при ввозе на территорию Российской Федерации автокомпонентов для производства моторных транспортных средств товарных позиций 8701 - 8705 ТН ВЭД, их узлов и агрегатов» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 01.02.2011 N 19647) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_110023/
106. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена приказом Минпромторга РФ от 23.04.2010 №319 [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли РФ. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral>
107. Стратегия развития транспортного машиностроения Российской Федерации в 2007 – 2010 годах и на период до 2015 года. Утверждена приказом Минпромторга РФ от 18.09.2007 №391 [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли РФ. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic>
108. Стратегия развития тяжелого машиностроения на период до 2020 года. Утверждена приказом Минпромторга РФ от 09.12.2010 №1150 [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли РФ. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral>
109. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» от 09.07.1999 № 160-ФЗ, статья 2. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121824/
110. **Ernst & Young.** Автомобильный рынок России и СНГ. Обзор отрасли. // Ernst & Young. – 2013. – Март. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Automotive-survey-2013RUS/\\$FILE/Automotive-survey-2013-RUS.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Automotive-survey-2013RUS/$FILE/Automotive-survey-2013-RUS.pdf)
111. **Автобизнес.** Потребительские предпочтения автовладельцев // Автобизнес. – 2012. №126. – Апрель.
112. Автопром возьмут на буксир [Электронный ресурс] // Интерфакс. – 2009. – 30 марта. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/print.asp?sec=1447&id=71152>

113. В Татарстане начинается выпуск четырех моделей Ford [Электронный ресурс] // РБК. – 2012. – 24 апреля. – Режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics/24/07/2012/661408.shtml>
114. Nissan открыл автозавод в Санкт-Петербурге // ИА РБК. – 2009. – 02 июня. – Режим доступа: <http://top.rbc.ru/retail/02/06/2009/307389.shtml>
115. ТагАЗ выпустил новый седан С-класса // За рулем. – 2011. – 07 июня. – Режим доступа: <http://zr.ru/a/324471/>
116. ТагАЗ выпустил под своей маркой бюджетный китайский вседорожник // За рулем. – 2011. – 7 октября. – Режим доступа: <http://www.zr.ru/a/370818/>
117. Что купить вместо Lada Largus. 5 альтернатив // Autonews.ru. – 2012. - 18 июля. – Режим доступа: <http://autonews.ru/autobusiness/news/1734895/>
118. **Aghion P.** Competition and innovation: an inverted-u relationship / Aghion P., Bloom N., Blundel R., Griffith R. and Howitt P. // Quarterly journal of economics. 2005. № 20 (2). – С. 701-728.
119. **Aitken B.J., Harrison A.** Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela // American economics review. 1999. №89. – С. 605-618.
120. **Altenburg T.** Industrial policy in developing countries. Overview and lessons from seven country cases. Discussion paper [Электронный ресурс] // DeutschesInstitutfürEntwicklungspolitik. – Bonn, 2011. – Режим доступа: <http://dnb.d-nb.de>.
121. **Barro R.J., Sala-i-Martin X.** Economic growth. – N.Y.: McGraw-Hill, 1995.
122. **Bertschek I.** Product and process innovation as a response to increasing imports and foreign direct investment // The journal of industrial economics. 1995. №4 (43). – С. 341-357.
123. **Blomström M., Persson H.** Foreign investment and spillover efficiency in an underdeveloped economy: evidence in the Mexican manufacturing industry // World development. 1983. – С. 493-501.
124. **Blomström M., Sjöholm F.** Technology transfer and spillovers: does local participation with multinationals matter? // European economic review. 1999. №4 (43). – С. 915–923.
125. **Borensztein E., De Gregorio J., Lee J.-W.** How does foreign direct investment affect economic growth? // Journal of international economics. 1998. №45. – С. 115-135
126. **Buckley P.J.** The impact of foreign direct investment on the productivity of China's automotive industry / Buckley P.J., Clegg J., Zheng P., Siler P.A., Giorgioni G. // Management international Review. 2007. vol. 47. №5. – С. 707-724.
127. **Bruton H.** Import substitution. Chapter 30. Handbook of development economics, Volume II / Edited by H. Chenery and T.N. Srinivasan. – ElsevierSciencePublishers B.V., 1989. – С. 1601-1644.

128. **Driffield N.** The impact on domestic productivity of inward investment in the UK // Manchester school. 2001. №69. – С. 103-119.
129. **Durham J.B.** Absorptive capacity and the effects of foreign direct investment and equity foreign portfolio investment on economic growth // European economic review. 2004. № 48. – С. 285-306.
130. **Fang Ch.** FDI, R&D and innovation output in the Chinese automobile industry [Электронный ресурс] // The United Nations University. 2009. – Режим доступа: <http://merit.unu.edu/publications/wppdf/2009/wp2009-044.pdf>
131. **Fosfuri A., Motta M., Ronde, T.** Foreign direct investment and spillovers through workers' mobility // Journal of International Economics. 2011. №1 (53). – С. 205–222.
132. **Girma S., Greenaway D., Wakelin K.** Who benefit from foreign direct investment in the UK? // Scottish journal of political economy. 2001. №2 (48). – С. 199-133.
133. **Hymer S. H.** The international operations of national firms: a study of foreign direct investment. – MIT Press: Cambridge, MA, 1976.
134. **Kinoshita Y.** Technology spillovers through foreign direct investment. Working Papers №139. – Prague: CERGE-EI, 1998. – 24 с.
135. **Lipsey R.E.** Home and host country effects of FDI // NBER working paper №9293. 2002.
136. **Moosa I.A.** FDI: Theory, Evidence and Practice. – N.Y.: Palgrave, 2002. – 329 с.
137. **Paprzycki R.** Case studies of the automobile, finance, and health care industries. Discussion paper series No.141 [Электронный ресурс] // Institute of Economic Research Hitotsubashi University Kunitachi. 2006. February. – Режим доступа: <http://hi-stat.ier.hit-u.ac.jp/>
138. **Parikh K.S.** India development report. – New Delhi: Oxford university press, 1997.
139. **Willmore L., Dunning J.** The comparative performance of foreign and domestic firms in Brazil // Transnational corporations and economic development. – New York: Routledge, 1993. – С. 251–272.
140. **Xu B.** Multinational enterprises, technology diffusion, and host country productivity growth // Journal of Development Economics. 2000. №62. – С. 477-493.
141. **Zhou D., Li S., Tse D.** The impact of fdi on the productivity of domestic firms: the case of China // International Business Review. 2002. №4 (11). – С. 465–484.
142. Российский статистический ежегодник // Госкомстат, 2003 год.
143. Российский статистический ежегодник. 2011: Стат. сб. / Росстат. – М., 2011
144. Статистический сборник «Инвестиции в России. 2003». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2003.
145. Статистический сборник «Инвестиции в России. 2005». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2005.
146. Статистический сборник «Инвестиции в России. 2007». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2007.

147. Статистический сборник «Инвестиции в России. 2009». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2009.
148. Статистический сборник «Инвестиции в России. 2011». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2011.
149. Статистический сборник «Промышленность России 2005». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2005.
150. Статистический сборник «Промышленность России. 2002». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2002.
151. Статистический сборник «Промышленность России. 2008». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2008.
152. Статистический сборник «Промышленность России. 2010». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2010.
153. Статистический сборник «Труд и занятость в России. 2011». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2011
154. Статистический сборник «Труд и занятость в России. 2003». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2003.
155. Статистический сборник «Труд и занятость в России. 2005». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2005
156. Статистический сборник «Труд и занятость в России. 2007». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2007
157. Статистический сборник «Труд и занятость в России. 2009». Федеральная служба государственной статистики. – М.: 2009
158. Электронный ресурс [[www. autostat.ru](http://www.autostat.ru)]
159. Электронный ресурс [www.aebrus.ru]
160. Электронный ресурс [www.asm-holding.ru]
161. Электронный ресурс [www.pwc.ru]
162. Электронный ресурс [www.rbk.ru]

Приложения

Приложение 1. История развития автомобильной отрасли в России

История российского автомобилестроения насчитывает не одно десятилетие. Автомобили в России начали собирать ещё в 1915 году на пяти автозаводах, обеспечивающих потребности армии. Однако производство длилось всего два года, и было остановлено вследствие революции 1917 года. Возобновилась работа уже в СССР в 1924 году. Но и тогда выпускались в основном грузовые автомобили серийного производства (АМО-Ф-15) в небольших количествах.

Массовое производство автомобилей было организовано только в 30-х годах на автозаводах в Москве и в Горьком. В конце 1931 года был введён в строй Московский автозавод (АМО), ныне автозавод им. Лихачева (ЗИЛ). Первого января 1932 вошёл в строй Горьковский автозавод (ГАЗ).

Горьковский автомобильный завод свои легковые автомобили «ГАЗ-А», «ГАЗ-4» «ГАЗ-6» и «М-1» выпускал с 1932 году по прототипу и лицензии Ford.

Московский автосборочный завод имени Коммунистического Интернационала Молодежи «КИМ» (ныне обанкротившийся АО «Москвич»), выпускавший с 1930 года автомобили Ford-A и Ford-AA, с 1932 года начал сборку грузовых автомобилей «ГАЗ-AA» (около 30% от всего выпуска) из деталей, поставлявшихся Горьковским автозаводом. А в 1933 году Московский Автосборочный завод им. КИМ стал филиалом Горьковского автозавода и полностью перешёл на выпуск автомобиля «ГАЗ-AA». В 1939 году Автосборочный завод им. КИМ выведен из состава Горьковского автозавода и стал самостоятельным предприятием, именуемым «Московский автомобильный завод имени КИМ» [Матвиенко, 2008].

Собственное производство легкового автомобиля представительского класса ЗИЛ-110 было организовано на Московском автозаводе в 1945 году.

С 1947 автозаводы начали освоение новых типов автомобилей взамен ранее выпускавшихся. На Горьковском заводе началось производство автомобилей «Победа» и ГАЗ-69. Московский автосборочный завод (тогда МЗМА) выпускал легковые малолитражные автомобили «Москвич-400» [Селифанов, 1969].

За период с 1956-1985 на заводе ГАЗ был освоен выпуск ГАЗ-21, ГАЗ-22, ГАЗ-24, ГАЗ-2410. Двигатели для автомобиля «Волга» до 1957 года поставляла фирма Chrysler. На Московском автосборочном заводе, переименованном уже в АЗЛК, в 1968 году был начат выпуск автомобилей «Москвич-427» и «Москвич-434».

Выпуск автомобилей «Москвич - 408» с 1966 года стал осуществляться в Ижевске на заводе «Ижмаш». Все выпущенные им автомобили выходили с эмблемой «ИЖ». В 1967 год была начата сборка автомобилей «Москвич-412». В 1968 году Ижевский завод разработал собственные модели - «Иж-2125»-комби и «Иж-2715»-фургон. В 1984 была поставлена на производство модель «ИЖ 2126». В этом же году на Ижевском заводе помимо автомобилей собственной марки был налажен выпуск автомобилей «ВАЗ-2104».

К заводам автомобильной промышленности России в 1966 году прибавился «АвтоВАЗ». Контроль над строительством завода осуществляла итальянская фирма FIAT. Было подписано генеральное соглашение о сотрудничестве в области разработки конструкции автомобиля, проекта автомобильного завода и его строительстве в СССР и создано официальное представительство этой компании для решения вопросов по строительству Волжского автозавода.

Прототипом первого автомобиля АвтоВАЗа был выбран FIAT-124. FIAT-124 был доработан для российских условий производства и эксплуатации. Первые автомобили «ВАЗ-2101» сошли с конвейера в апреле 1970 года. Комплектующие изделия для сборки легковых автомобилей поставлялись из Югославии, Польши, Венгрии.

Через три месяца был выпущен первый двигатель для автомобиля «ВАЗ-2101» полностью из деталей собственного изготовления. С новым отечественным двигателем, в 1973 году, вышла с конвейера и новая модель «ВАЗ-2102» в кузове «универсал». В 1984 году был выпущен первый отечественный переднеприводный автомобиль ВАЗ-2108. За период с 1972 по 1991 годы на заводе было освоено производство автомобилей массового потребления следующих моделей: ВАЗ-2103-21099 и ВАЗ-2121-«Нива».

Автомобили «АвтоВАЗа» поставлялись за границу в такие страны как: Югославия, Бельгия, Голландия, Финляндия, Польша, Франция, Норвегия, страны Бенилюкс, Венгрия, Болгария и Чехословакия. Был проведён выпуск автомобилей «Жигули» с правым расположением рулевого управления для потребителей Англии и стран Европы.

Но, несмотря на такую продолжительную историю развития (более 85-лет), сотрудничество иностранными производителями (Chrysler, Ford, Renault и FIAT) и достаточно оперативное освоение технологий (особенно в случае «АвтоВАЗ»-FIAT), отечественный автопром способен конкурировать только в секторе экономкласса и только на внутреннем рынке.

Приложение 2. Сравнение классификаций автомобилейⁱ

	Европа (По размеру)	США (по полезному объему салона)	Англия	Euro N'Car (размер, масса и тип кузова)
Основная классификация				
A	Супермини, городской автомобиль до 3,6x1,6м (Mini cars)	Мини до 85 куб. фут. (Minicompact)	Мини (Bubble car)	Супермини (Supermini)
		Малолитражные автомобили 85-99 куб.фут. (Subcompacts)	Городской автомобиль (City car)	
B	Малый класс, малолитражные автомобили до 4,2x1,7м (Small cars)		Малый семейный автомобиль 100-109.9 куб.фут. (Compacts)	Супермини (Superminis)
C	Гольф- класс, низший средний класс, первый средний класс до 4,4x1,75м (Medium cars)	Малый семейный автомобиль (Small family cars)		
D	Средний класс, второй средний класс до 4,6x1,8м (Larger cars)	Среднеразмерный 110-119.9 куб.фут. (Intermediates)	Большой семейный автомобиль (Large family cars)	Большой семейный автомобиль (Large family cars)
		Среднеразмерный автомобиль начального уровня роскоши (Entry-level luxury car)	Компактный автомобиль бизнес- класса (Compact executive car)	
E	Бизнес- класс, высший средний класс до 4,9x>1.7м (Executive cars)	Полноразмерные 120 и более куб. фут. (Full size, standard size)	Высший класс/бизнес-класс (Executive cars)	Бизнес- автомобиль (Executive cars)
		Бизнес-класс (Mid-size luxury car)		
F	Представительский класс, высший класс более 4,9x1,8м (Luxury cars)	Представительский класс (Full-size luxury car)	Представительский класс (Luxury cars)	
Дополнительные классы				
S	Спорткары, купе, кабриолеты (Segment sport)	Спортивный автомобиль (Sports car)	Спортивный автомобиль (Sports car)	Родстер (Roadsters)

	coupes)	Родстер (Roadsters)	Родстер (Roadsters)	
М Р V	Минивэны и универсалы повышенной вместимости (Multi purpose Vehicles – MPV)	Компактный минивэн (Compact MPV)	Mini MPV	Малые минивэны (Small MPV)
		Минивэн	Compact MPV	
			Large MPV	Большие минивэны (Large MPV)
С U V	Внедорожники, кроссоверы (Sports utility Vehicles – SUV)	Малый внедорожник (Mini SUV)	Mini 4x4	Маленькие внедорожники (Small off-rovers)
		Компактный внедорожник (Compact SUV)	Compact 4x4	
		Среднеразмерный внедорожник (Midsize SUV)	Большой внедорожник 4x4 (Large SUV)	Большие внедорожники (Large off-rovers)
		Полноразмерный внедорожник (Full size SUV)		
	Кроссовер (Crossover)	Mini CUV		
Compact CUV				
Mid-size CUV				
Full-size CUV				

Таблица составлена на основе статьи «Системы классификации легкового автотранспорта» / ООО «Эксперт Система» // http://es-ocenka.ru/index/sistemy_klassifikacii_legkovogo_avtotransporta/0-174

Приложение 3. Применение модели мультипликатора-акселератора к российской автомобильной промышленности

Для расчета модели мультипликатора-акселератора необходимо было найти следующие данные:

- I – суммарные инвестиции в основной капитал в году t ;
- I^* – ПИИ;
- X – продукция, произведенная местным сектором;
- X^* – продукция, произведенная иностранным сектором;
- $Y = X + X^*$;
- РРІ – индекс цен производителей.

Также, в дополнение был проведен поиск данных по количеству занятых (L) и количеству предприятий в отрасли (Q).

Поиск данных производился по статистическим ежегодникам, выпускаемы Росстатом, а именно «Промышленность России», «Инвестиции в России», «Труд и занятость в России», а также были использованы данные агентства «Автостат» по выпуску продукции.

Ряды удалось построить с 1998-2010 года.

В итоге была получена следующая таблица с данными, на основе которых и проводился расчет модели:

Таблица 1. Данные, используемые в модели

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
I (млрд. руб)	13,2	24,3	32,1	40,4	47,8	57,7	80,0	85,6	114,5	174,2	213,9	180,9	209,4
I* (млн. руб)	0,7	3,0	5,1	4,0	10,6	9,7	13,7	19,9	31,1	46,3	46,8	63,3	67,3
X (млрд. руб)	72,8	90,8	101,5	125,9	119,1	153,4	174,2	169,1	190,3	237,0	217,4	89,2	165,5
X* (млрд. руб)	1,1	2,3	2,3	3,8	6,6	34,1	81,8	115,8	188,1	327,8	433,9	241,4	540,0
L (тыс. чел)	4856	4715	4745	4685	4510	4240	3773	3591	3463	3481	3489	3054	2888
Q (предпр.)	2145	2166	2310	1831	1707	1936	1952	2000	1937	1978	1982	1998	1991

PPI	135%	136%	118%	121%	108%	111%	113%	102%	109%	101%	105%	107%	105%
------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Вспомним, что формула, по которой рассчитывается темп экономического роста, в модели мультипликатора-акселератора выглядит следующим образом (31):

$$\lambda_F - \lambda_S = s \cdot (b^* - b) \cdot (m_F - m_S) \quad (1)$$

В раскрытом виде формула выглядит так:

$$\lambda_F - \lambda_S = \frac{r^*}{Y} \cdot \left(\frac{\Delta K^*}{r^*} - \frac{\Delta K}{1-r^*} \right) \cdot \left(\frac{I_F^*}{I_F} - \frac{I_S^*}{I_S} \right), \quad (2)$$

В виде эконометрической модели уравнение имеет следующий вид:

$$\lambda_F - \lambda_S = \alpha + \beta \cdot G + \varepsilon, \quad (3)$$

где $G = \frac{r^*}{Y} \cdot \left(\frac{\Delta K^*}{r^*} - \frac{\Delta K}{1-r^*} \right) \cdot \left(\frac{I_F^*}{I_F} - \frac{I_S^*}{I_S} \right)$; ε – ошибка регрессии; α, β – параметры регрессии.

Получены следующие результаты (в скобках стандартные ошибки):

$$\lambda_F - \lambda_S = 0,084 + 2,521 \cdot G, \quad (4)$$

(0,19) (3,57)

Из уравнения видно, что доля ПИИ положительно влияет на темпы экономического роста (см. табл.2). Однако регрессия оказалась незначимой, что не позволяет нам утверждать, что ПИИ влияют на экономический рост..

Таблица 2. Показатели регрессии (4)

Показатель	Значение
Множественный R	0,229116
R-квадрат	0,052494
Стандартная ошибка	0,605214
Количество наблюдений	11
F – критерий Фишера	0,498621
t – статистика:	
t _a	0,440378529
t _b	0,706131282

Была предпринята попытка включить в регрессионное уравнение такие показатели как количество занятых в отрасли (L) и количество предприятий в отрасли (Q).

Таким образом, уравнение стало выглядеть следующим образом:

$$\lambda_F - \lambda_S = \alpha + \beta \cdot G + \gamma \cdot \Delta \ln(L) + \nu \cdot \Delta \ln(Q) + \varepsilon, \quad (5)$$

Однако и эта попытка не увенчалась успехом. Результаты регрессии также оказались незначимы (см. табл.3):

$$\lambda_F - \lambda_S = 0,0268 - 2,185 \cdot G + 6,553 - 0,707 \quad (6)$$

(0,185) (4,401) (3,909) (1,388)

Скорее всего, ожидаемые результаты не были получены из-за того, что ряд данных слишком мал. Ни для кого не секрет, что чем более детальные данные используются, тем выше ценность расчетов и корректность полученных выводов.

Таблица 3. Показатели регрессии (6)

Показатель	Значение
Множественный R	0,57413
R-квадрат	0,329626
Стандартная ошибка	0,57723
Количество наблюдений	11
F – критерий Фишера	1,147308992
t – статистика:	
t _a	0,144938039
t _b	-0,496439208
t _γ	1,675998292
t _v	-0,50965193

Но в настоящее время о длинных динамических рядах не может идти речи, поскольку первые данные о ПИИ от иностранных и совместных предприятий датируются только 1993 г.

С проблемой «нехватки данных» сталкивались многие исследователи. С этой проблемой сталкивался и Балацкий В.Е. в работе «Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования». Он также столкнулся с проблемой, что основные статистические массивы не стыкуются между собой. В частности, отраслевые структуры по предприятиям с участием иностранного капитала лишь частично совпадают с отраслевой разбивкой по всей российской экономике, которая необходима для получения данных о местном секторе.

Изучая выводы автора, о том, что уровень участия иностранного капитала тем выше, чем меньше преимущество иностранных и совместных фирм по сравнению с местными предприятиями с точки зрения динамичности их развития. Следовательно, существует такая точка, по достижении которой отрасль переполняется иностранным капиталом и этот факт начинает тормозить ее дальнейшее развитие.

Было решено найти последовать его методу и рассчитать эту точку.

Балацкий строит линейную зависимость между соответствующими показателями:

$$P = \alpha + \beta \cdot m, \quad (7)$$

где P – паритет роста иностранного сектора, $P = \frac{\Delta K^*}{\Delta X}$; m – доля ПИИ в совокупном объеме капиталовложений отрасли; α и β – параметры модели.

Таблица 3.3. Данные для расчета регрессии (7)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
P	0,0644	0,0057	0,0584	-0,4126	0,8015	2,2987	-6,7028	3,4138	2,9882	-5,4026	1,501	3,913
m	0,0557	0,1214	0,1574	0,0981	0,2224	0,1686	0,1709	0,2323	0,2714	0,2659	0,2187	0,35

Расчет этой зависимости дал следующие результаты.

$$P = 10.293 \cdot m - 1.79 \quad (8)$$

(12.15) (2.548)

Как видно из показателей средней ошибки, результаты регрессии снова незначимы (см. табл. 4).

Таблица 4. Показатели регрессии (7)

Показатель	Значение
Множественный R	0,258777
R-квадрат	0,066966
Стандартная ошибка	3,315789
Количество наблюдений	12
F – критерий Фишера	0,71772
t – статистика:	
t _a	-0,702528726
t _b	0,847183617

Но, за отсутствием альтернатив, все-таки было решено рассчитать величину критической точки участия иностранных инвестиций в отрасли (m^*).

Формула расчета этой точки следующая:

$$m^* = \frac{1-\alpha}{\beta}, \quad (9)$$

Согласно этой формуле, $m^*=0.271$. Значит, уровень инвестиций в отечественное автомобилестроение не должен превышать 27%.