

ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Калугина Ольга Владимировна

Шевченко Светлана Юрьевна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Аннотация. В условиях ожесточенной конкуренции, избыточного предложения и постоянно снижающегося спроса промышленная политика предприятий автомобильного машиностроения требует более глубокого согласования с торговой политикой. Вследствие этого возникает острая необходимость формирования системы гармонизации, отвечающей требованиям потребителей, с одной стороны, и выработке эффективной стратегии продвижения товара на рынок, с другой. В статье высказывается точка зрения на предмет согласования промышленной и торговой политики в контексте гармонизации, описывается сущность и содержание достижения гармонизации с учетом уровневой организации национальной экономики и позиционирования отрасли автомобильного машиностроения, обобщаются основные условия, сопровождающие процессы гармонизации промышленной и торговой политики, определяются приоритетные направления гармонизации отраслевых политик, формирующие механизм обеспечения содержательной сбалансированности промышленной и торговой политики предприятий отрасли.

Ключевые слова: промышленная политика, торговая политика, гармонизация, сбалансированность, государственное регулирование.

Kalugina Olga, V.

Shevchenko Svetlana, Yu.

St. Petersburg State University of Economics

St. Petersburg, Russian Federation

Abstract. In the context of fierce competition, oversupply and constantly declining demand the industrial policy automotive engineering enterprises require better coordination with the trade policy. Consequently, there is an urgent need for the formation of the system of harmonization of industrial and trade policies, that it gets the requirements of consumers, on the one hand, and the development of an effective strategy for promoting goods on the market, on the other. The article discusses a point of view on the subject of coordination of the industrial and trade policies in the context of harmonization, describes the essence and the content of harmonization based on tiered organization of the national economy and positioning the industry of automobile engineering, summarizes the main conditions that accompany the process of harmonization of the industrial and trade policies, defined the main areas of harmonization of the sectoral policies, which have been the basis for the formation mechanism balanced trade and industrial policies of enterprises.

Keywords: industrial policy, trade policy, harmonization, balance, government control

Автомобильное машиностроение относится к числу структуроформирующих отраслей, обладающих потенциалом создания мультипликативного эффекта в экономике. Вывод доказан исторически практикой работы советских промышленных гигантов – АвтоВАЗ, ГАЗ, АЗЛК, а в последнее время он находит подтверждение развитием в России отраслевых центров «промышленной сборки», автомобильных кластеров (Санкт-Петербург, Калуга, Нижегородская область). Аналогичные прецеденты известны и в мировой экономике, как например, Вольфсбург (производство автомобилей марки Volkswagen), Штутгарт (промышленный центр автомобилей марки Mercedes-Benz), Тоета (производство автомобилей марки Toyota). Во всех развитых странах автомобильная промышленность признается одной из наиболее прибыльных отраслей, повышающая бюджетные доходы от продаж как на внутреннем, так и на мировом рынке.

Между тем в современных условиях для мирового автомобильного рынка характерны стадия перенасыщения, кризис перепроизводства продукции и снижение динамики спроса, что обнаруживается снижением темпов роста объема продаж (табл. 1).

Таблица 1
Продажи легковых автомобилей в мире, млн ед.

Страна, регион	2012	2013	2014	2015	2016
Китай	19,1	21,4	23,1	24,4	25,7
США	14,5	15,6	16,5	17,5	18,0
Западная Европа	11,8	11,5	12,1	13,2	13,5
Индия	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0
Россия	3,2	2,8	2,5	1,6	1,6
Мировой рынок в целом	79,5	82,8	86,3	87,6	89,8

Данные IHS Automotive (2016 год – прогноз)

На российском рынке легковых автомобилей общемировая тенденция в настоящее время приобрела крайние формы, поскольку темпы роста трансформировались в темпы падения. Так, в 2015 году имело место сокращение объемов продаж на 35,7%, что составило 890 187 единиц по сравнению с 2014 годом, согласно данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) (табл. 2).

Таблица 2
Топ-10 брендов легковых автомобилей по продажам в России, шт.

Марка	2014	2015	Изм., %
LADA	387 307	269 096	-31
KIA	195 691	163 500	-16
HYUNDAI	179 631	161 201	-10
RENAULT	194 531	120 411	-38
TOYOTA	161 954	98 149	-39
NISSAN	162 010	91 100	-44
VOLKSWAGEN	128 071	78 390	-39
UAZ	49 844	48 739	-2
GAZ	69 388	51 192	-26
SKODA	84 437	55 012	-35

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ)

Возрастающие изменения в мировой экономике, возникновение все возрастающих запросов покупателей, ужесточение конкуренции, новые открытия и изобретения в научно-технической сфере, представляющие уникальные возможности для развития, требуют формирования эффективной системы управления деятельностью предприятия, способствующей очень быстро среагировать на рыночные изменения. Решение данной задачи возможно с помощью осуществления гармонизации промышленной и торговой политик на уровне предприятия. В осуществлении гармонизации очень важна роль государства. Государство призвано содействовать ускорению гармонизации промышленной и торговой политик предприятия путем выработки стратегических решений, которые определяют номенклатуру, объем и качество выпускаемой продукции, а также конкретные способы рыночного поведения.

Необходимость гармонизации отраслевых политик на всех уровнях экономики – от макроэкономики до экономики отдельного субъекта – объясняется тем, что они регулируют непрерывность и связность стадий производства и товарного обращения в воспроизводственном процессе. При этом выявляются приоритеты торговой политики перед промышленной, которые явно просматриваются на уровне предприятия, реализуемого им маркетингового принципа: «Продается не то, что производится, а производится то, что пользуется спросом на рынке, как вариант – формирует и активизирует товарный спрос».

В отечественной экономике «промышленная политика» вопреки многоплановым подходам к исследованию этого вопроса [5, с. 5] стала трактоваться как «государственная политика в области промышленности», «государственная поддержка промышленности», «политика промышленного развития». При организации управления подобные взгляды предполагают реализацию определенных мероприятий, направленных на решение проблем реального состояния промышленности в конкретный момент и в определенной стране. Политика промышленного развития в данном понимании предполагает решение наиболее острых, реально существующих проблем промышленного развития. Однако зачастую меры, направленные на стимулирование роста промышленности, могут быть средством реализации промышленной политики, но не содержанием. Даже если какие-либо меры существенно воздействуют на структуру промышленности, но не основаны на осознанном стремлении изменить эту структуру в определенном направлении, они не могут считаться элементом промышленной политики [1, с. 284].

В современных условиях конкурентной борьбы за национальные интересы очень сильно проявляется значимость торговой политики. Торговая политика представляет собой политику воздействия государства на международную торговлю через регулирование внешнеэкономической деятельности. В торговой политике воплощаются во взаимодействии две противоположные линии экономического поведения: либерализация и протекционизм. Политика либерализации (свободной торговли) имеет целью усиление конкуренции, открытие внутреннего рынка для иностранных товаров и капиталов. Она базируется на теории сравнительных преимуществ и ведет, в конечном итоге, к более эффективному размещению мировых экономических ресурсов и, следовательно, к более высокому уровню благосостояния мирового сообщества. Протекционизм – политика, направленная на защиту (закрытие) внутреннего рынка от иностранных товаров и захват внешних рынков (защита от демпинга, создание благоприятных условий для развития молодых отраслей, увеличение внутренней занятости и пр.) [4, с. 11].

Предполагается, что идея гармонизации должна получить межуровневую реализацию вплоть до хозяйствующего субъекта. Промышленная и торговая политика должны быть содержательно сбалансированы по принципам формирования и выполняемым функциям, приоритетным целям и задачам, направлены на установление равновесия между режимами функционирования и развития предприятия путем достижения пропорциональной сбалансированности структуры и ресурсов. Так как промышленно-торговый аспект присущ всем сферам деятельности предприятия, в рамках стратегического управления промышленная и торговая политика должны обеспечить координацию и взаимосвязь всех функциональных политик предприятия [4, с. 65].

Содержание гармонизации необходимо рассматривать как согласованную и упорядоченную совокупность всех элементов и процессов, которые формируют соразмерное соотношение промышленной и торговой деятельности предприятия. Исходя из этого можно с уверенностью сказать, что ключевыми направлениями гармонизации являются:

- изменение психологии постоянного противостояния во взаимоотношениях производства и торговли;
- максимальное приближение производственного ассортимента к торговому, который соответствует потребительскому спросу как по структуре, так и по качеству;
- достижение положительных финансовых показателей, которые обеспечивают максимизацию эффективности производственно-коммерческой деятельности;
- сведение к минимуму количества деструктивных конфликтов, переход к согласованной совместной работе.

Гармонизация является главным условием существования и эффективного функционирования предприятия как целостной системы.

Главная цель в достижении успеха в гармонизации промышленной и торговой политики предприятий автомобильного машиностроения – выходить на локальные рынки конкурентоспособной и в ресурсном, и в организационном смысле, предлагать автомобильную технику, которая по уровню полезности, качеству, цене, функциональным характеристикам и атрибутам полностью удовлетворяет запросам целевых аудиторий; производить автомобильную технику с уровнем эффективности и качеством, соответствующим международному классу, обслуживать все категории потребителей лучше, чем это делают конкуренты.

При построении механизма обеспечения гармонизации промышленной и торговой политики важно рассмотрение вопросов создания внутрикорпоративной институциональной среды, ответственной за приведение показателей гармонизации промышленной и торговой политики к интервалу «гармонических» значений с одновременным осуществлением разграничения функций, полномочий и зон ответственности подразделений и должностных лиц, которые вовлечены в действие механизма гармонизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Борисов А. Б.* Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2009.
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»: Утв. постановлением Правительства Российской Федерации 15 апреля 2014 г. № 328.
3. *Журавлев А. И.* Вопросы гармонизации торговой и промышленной политики // Внешняя торговля. 2009. №4-6. С. 25-32.
4. *Хасбулатов Р. И.* Мировая экономика. – М. Инсан, 2009, 654 с.
5. *Щербаков В. В.* О роли логистики в торговой политике: идеи и научные гипотезы // Логистика и торговая политика: Сб. науч. трудов Вып. 1 (12). СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. С. 4-12.
6. *Scherbakov Vladimir V/Commercial and Political Regulation of Logistics // Mediterranean Journal of Social Sciences. MCSR Publishing. Rome-Italy. Vol.6 №5 S4. 2015 October. P. 555-569*