

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2010 А. Н. Булатов

Казанский государственный финансово-экономический институт

E-mail: shakirov85@list.ru

Анализируются тенденции изменения интенсивности кооперационных связей. Определяются основные причины, сдерживающие развитие промышленной кооперации в России.

Ключевые слова: промышленная кооперация, аутсорсинг, IT-аутсорсинг, франчайзинг, бизнес-система.

Адекватное исследование проблем развития промышленной кооперации должно основываться на анализе динамики ее основных показателей. К сожалению, в настоящее время официальной статистикой Российской Федерации не учитываются показатели, непосредственно отражающие интенсивность и тем более эффективность промышленной кооперации как по экономике в целом, так и по отдельным видам экономической деятельности. В этой связи приходится ограничиваться анализом косвенных показателей, а также данными опросов самих промышленных предприятий, использующих промышленную кооперацию. Такого рода опросы имеют различную степень репрезентативности.

Так, по данным одного из опросов субъектов хозяйствования, в 2008 г. менее 50 % пред-

приятий использовали потенциал кооперационных отношений в своей деятельности (рис. 1). Отметим, что данные этого опроса не могут, на наш взгляд, быть приняты в качестве истины в последней инстанции, поскольку в опросе принимали участие всего 890 предприятий из более чем 4 млн. официально зарегистрированных в Российской Федерации юридических лиц. Кроме того, неизвестно, в какой мере выборочная совокупность корреспондирует с генеральной совокупностью всех предприятий и организаций в промышленности России.

Другие социологические данные приводит Институт экономики переходного периода (рис. 2).

В соответствии с данными ИЭПП, несколько большее количество предприятий промышленности Российской Федерации (в 2008 г. - 61 %)

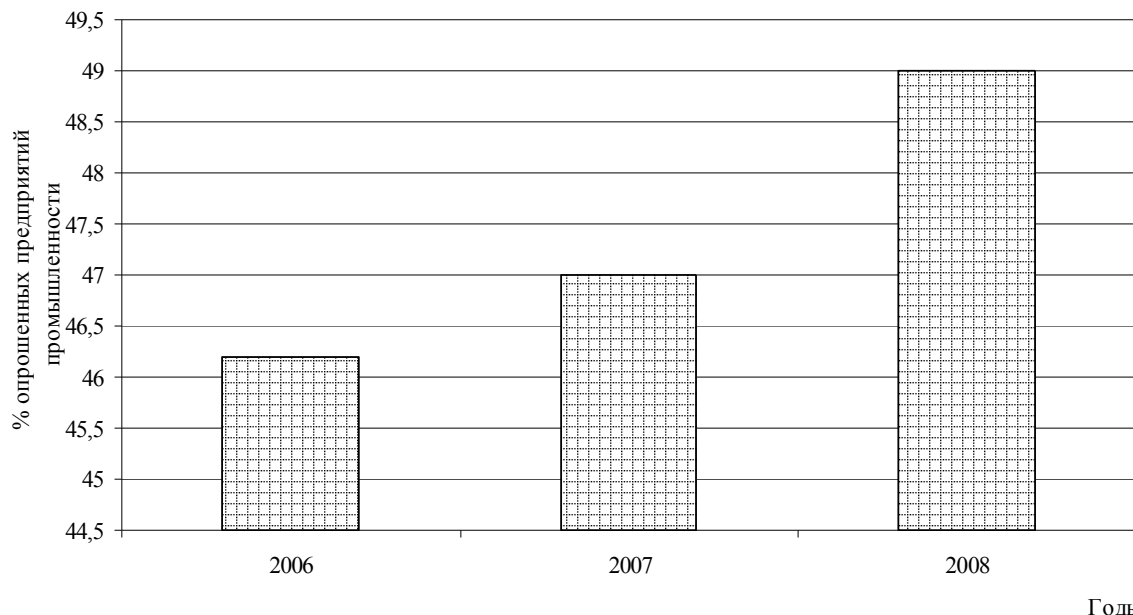


Рис. 1. Доля промышленных предприятий Российской Федерации, использовавших кооперационные связи в своей деятельности (данные опроса 890 предприятий)

Источник. Хафизов Н. А. Современные тенденции изменения конкурентоспособности промышленного производства // Проблемы рыночной экономики и практика развития бизнеса. 2009. № 5. С. 6.

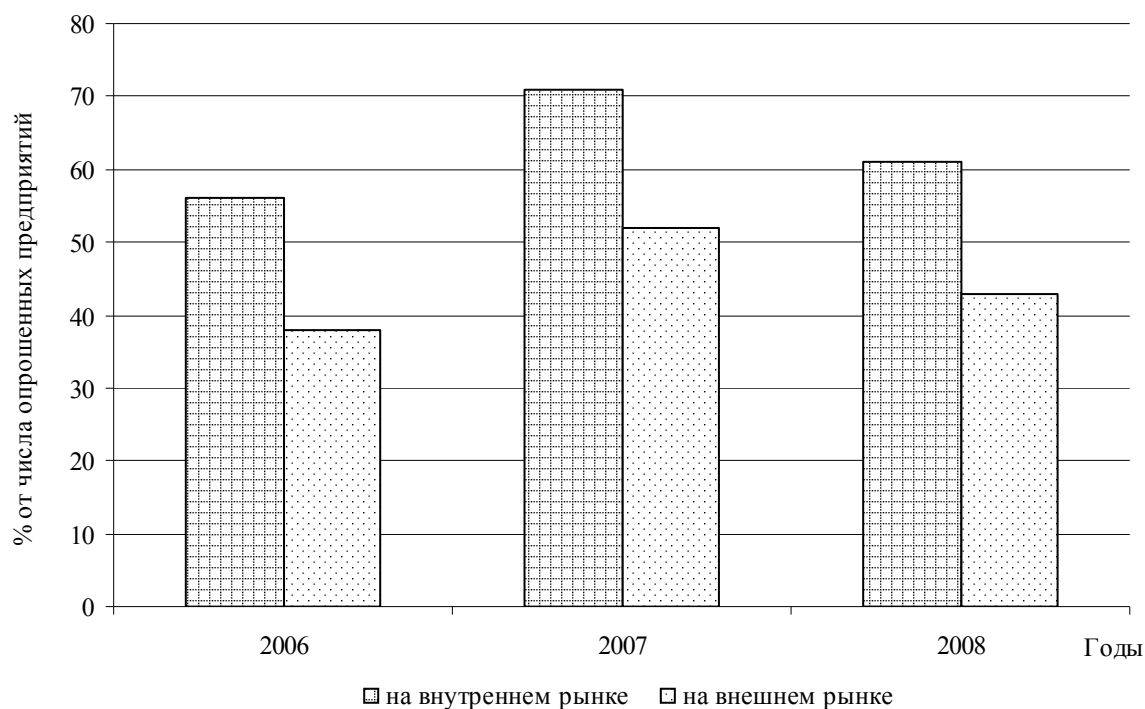


Рис. 2. Данные опроса о факторах конкурентных преимуществ отечественных промышленных предприятий

Источник. Российская экономика - 2008: тенденции и перспективы. М., 2009. С. 227.

рассматривают долгосрочные кооперационные связи с потребителями в качестве важного конкурентного преимущества своей деятельности. Отметим при этом, что кооперационные связи на внутреннем рынке имеют для промышленных предприятий России большее значение, чем на внешнем рынке. Более того, наметилась тенденция к уменьшению влияния кооперации с потребителями на уровень конкурентоспособности - с 71 % в 2007 г. до 61 % в 2008 г. на внутреннем рынке и с 52 % в 2007 г. до 43 % в 2008 г. на внешнем рынке.

Кроме того, существуют показатели, на основе анализа динамики которых можно сделать определенные выводы о степени развитости отдельных видов промышленной кооперации в отечественной экономике. В частности, некоторые исследователи выделяют в качестве наиболее комплексного измерителя интенсивности промышленной кооперации долю долгосрочных контрактов в ВВП (рис. 3).

В целом, наблюдается тенденция повышения интенсивности промышленной кооперации: за 2000 - 2008 гг. доля долгосрочных контрактов в деятельности промышленных предприятий (по параметру "суммы контрактов") увеличилась с 14,1 до 18,7 %, или в 1,33 раза. Это, в целом, явилось след-

ствием повышения уровня стабильности, устойчивости функционирования экономики Российской Федерации за исследуемый период. Тем не менее, в абсолютном исчислении долгосрочные кооперационные контракты пока оказывают не очень большое влияние на формирование ВВП России. В частности, по некоторым оценкам, доля долгосрочных контрактов в ВВП развитых зарубежных государств в среднем превышает 40 %.

Даже в период кризиса (2008 - 2009 гг.) интенсивность промышленно-сбытовой кооперации увеличилась до 19,5 % от общего объема контрактов промышленных предприятий. Данная тенденция свидетельствует о том, что в период кризиса кооперационные отношения выступают одним из инструментов обеспечения стабильности деятельности субъектов хозяйствования; кризис, таким образом, в первую очередь негативно сказывается на отношениях со случайными, ситуативными контрагентами, а не на связях с кооперантами.

О тенденциях развития промышленно-кредитной кооперации может свидетельствовать динамика показателя доли кредитных линий (постоянно возобновляемых кредитов для надежных заемщиков, часто входящих с банком в одну финансово-промышленную группу или иным обра-

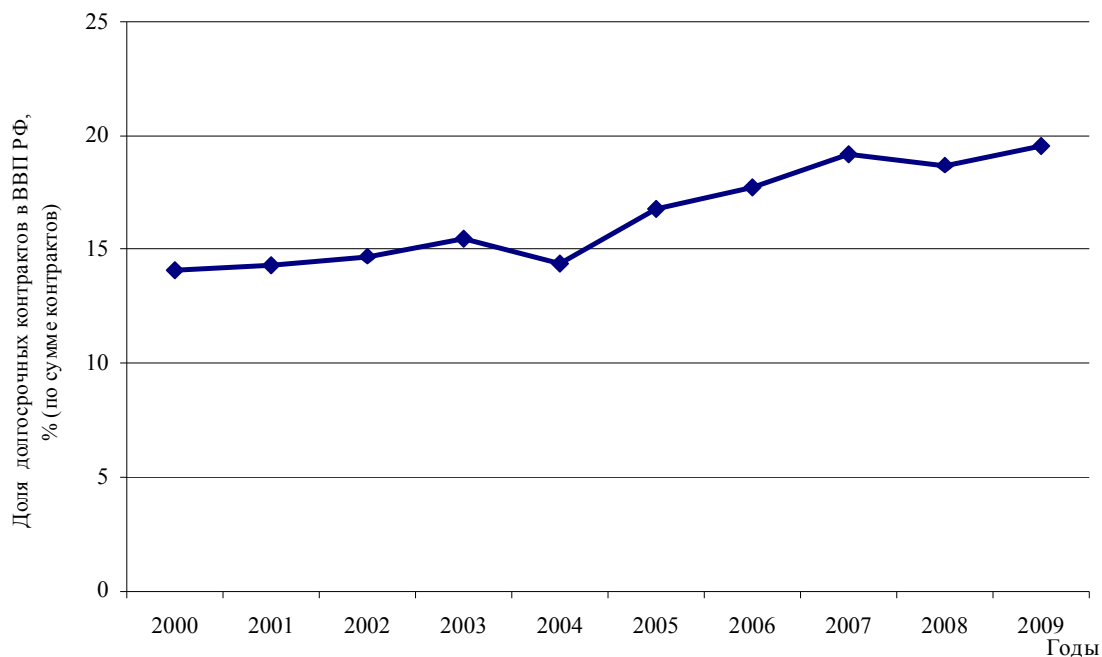


Рис. 3. Тенденция изменения агрегированного показателя интенсивности промышленно-сбытовой кооперации в России

Источник. Бубовский Н. Показатели интенсивности промышленного производства // Теория и практика хозяйственной деятельности. 2009. № 1. По 2009 г. - данные предварительные.

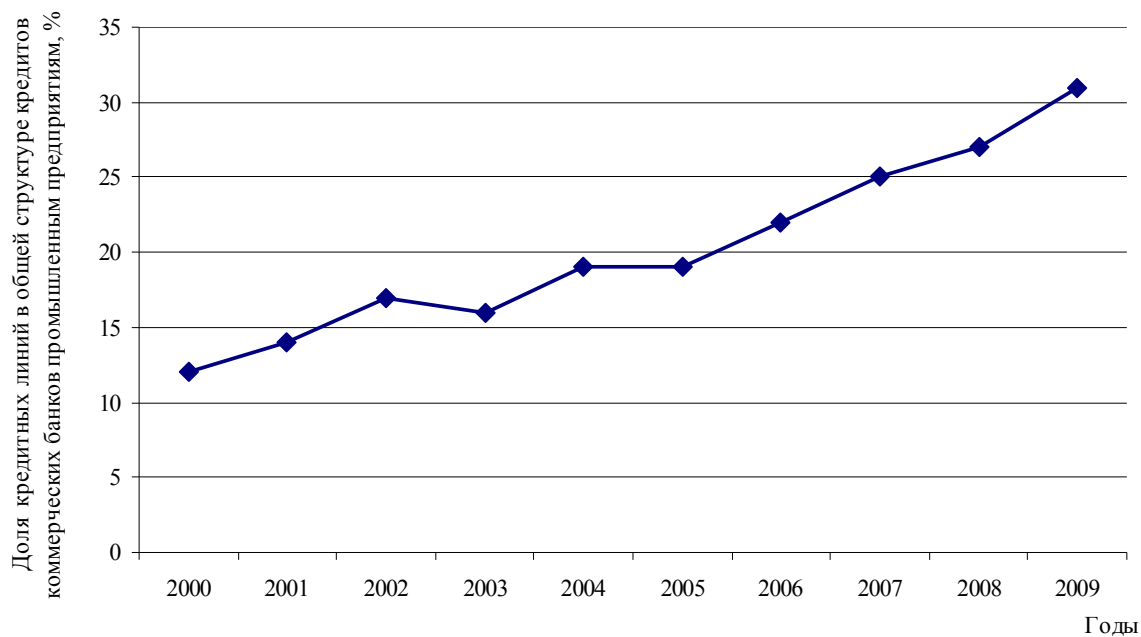


Рис. 4. Динамика интенсивности промышленно-кредитной кооперации в отечественной экономике

Источник. Вестник Банка России. 2010. № 2. С. 12.

зом аффилированных) в общей сумме кредитного портфеля банков (рис. 4).

Как показано на рис. 4, налицо активизация промышленно-кредитной кооперации в российской экономике. Так, в 2001 - 2009 гг. доля постоянно возобновляемых кредитов постоянным на-

дежным заемщикам - промышленным предприятиям возросла в общем кредитном портфеле коммерческих банков с 12 до 31 %, или в 2,58 раза. В период кризиса увеличилось число стимулов для банков работать с постоянными заемщиками на принципах кооперации.

Кроме рассмотренных выше статистических показателей, косвенно характеризующих тенденции промышленной кооперации в России, существуют и данные социологических исследований по рассматриваемой проблеме.

Так, были опрошены руководители 280 фирм, работающих в четырех отраслях¹: электротехника - электроника; машиностроение - металлообработка; деревообработка; производство полимерных изделий. Из этого числа свыше 80 % - малые и средние предприятия. Основные вопросы исследования: каким образом предприятия находят партнеров, как складываются взаимоотношения между ними, какая помощь необходима предприятиям для развития кооперационных отношений? В настоящее время результаты этой работы систематизируются, однако представители центра субконтрактации любезно поделились с нами некоторой информацией, позволяющей делать определенные выводы.

Как показали данные исследования, кооперация более всего развита на уровне регионов (почти половина поставщиков работает в том же регионе, что и заказчик). Примерно треть поставок производится межрегионально, в том числе в соседние регионы. Незначительная часть предприятий находит партнеров в странах СНГ или дальнем зарубежье (6 и 9 %, соответственно).

Основной вид продукции, поставляемой на заказ, - комплектующие для разного рода производств (с большим отрывом лидируют машиностроение и электронная промышленность), причем более чем у половины поставщиков производство комплектующих занимает 100 % объема заказа, у остальных - от 1 до 20 % объема заказа занимают переработка материалов, выполнение различных производственных операций и услуги специалистов. По отзывам заказчиков, размещение внешних заказов происходит по нескольким причинам, главные из которых (по порядку убывания): отсутствие на предприятии необходимой технологии, возможность минимизировать собственные издержки, отсутствие достаточных мощностей, ускорение выпуска новой продукции. Характерно, что почти никто не жаловался на нехватку рабочей силы.

При этом подрядчики и субконтракторы в 85 % случаев пользовались материальной, организационной, консультационной или транспортной помощью заказчика. Чаще всего это исходные материалы для производства (или рекомендации

по поиску поставщиков), самовывоз заказанной продукции, контроль качества. Лишь в 5 % случаев заказчик предоставлял необходимое оборудование в лизинг, только 4 % договоров заключались на условиях предоплаты. В поиске деловых партнеров основную роль (95 %) играют старые связи или рекомендации коллег, что симптоматично. Проблема эффективного поиска, по мнению большинства предпринимателей, остается актуальной - это касается как информации о проводящихся тендерах, так и адресной информации о потенциальных партнерах. Пока главным источником сведений друг о друге для руководителей остаются выставки. Отсюда вывод: либо руководители отработывают год за годом старые связи, либо используют спорадические, случайные контакты. В систематическом поиске мог бы помочь Интернет, но нынешняя активность его использования (20 %) свидетельствует о том, что потенциал этого канала до сих пор не реализован. На наш взгляд, объясняется такая ситуация не столько "непродвинутой" предпринимателей, сколько тем, что в пространстве сети работа по формированию информационных деловых ресурсов ведется пока слабо либо они отличаются неудовлетворительным качеством. Нужно отдать должное центру субконтрактации, который взялся за создание специализированной базы данных по промышленным предприятиям России, призванной облегчить поиск деловых партнеров. Однако, учитывая объем работы, можно предположить, что она потребует значительных сил и времени. С другой стороны, многие предприниматели выказывают готовность тем или иным образом финансировать создание и обслуживание такой базы, а также другими способами участвовать в работе над ней.

Впрочем заключением договора деловое партнерство не исчерпывается, и тут время вспомнить легендарных "смежников". Свыше половины заказчиков не удовлетворены качеством, столько же - сроками исполнения заказа; в ответ поставщики более чем в 60 % случаев жалуются на несоблюдение сроков платежа. Проведенное исследование вскрыло целый комплекс проблем, в числе которых и неверное информирование партнера о своих производственных возможностях, и игра ценами, и таможня, и законодательство, и просто безответственность. В целом, примерно у 85 % респондентов с той и с другой стороны возникали какие-либо споры с парт-

нерами, хотя до суда дело доходило в 18 % случаев. Обычно трудности разрешались путем переговоров.

Таким образом, развитие промышленной кооперации в нашей стране сдерживают две основные серьезные причины: информационный голод и ненадежность партнеров.

В целом, в настоящее время в России промышленная кооперация получила наибольшее распространение в следующих отраслях:

- машиностроение, металлообработка;
- автомобильная промышленность;
- авиастроение;
- электроника, электротехника;
- химическая промышленность (пластмассы, резина);
- текстильная, кожевенная промышленность;
- деревообработка.

Практически любая конечная продукция, аэробус это или электрический чайник, пара обуви или многофункциональный автоматизированный станок, включает в себя овеществленный на всех этапах производства труд множества предприятий, находящихся в условиях тесной кооперации.



Рис. 5. Структура отношений промышленной кооперации в разрезе отраслей промышленности России (2009 г.)

Источник. Якимов А. В. Отраслевые тенденции промышленной интеграции // Электрон. экон. журн. 2010. № 1.

Как показано на рис. 5, довольно активно отношения промышленной кооперации развиваются в автомобилестроении России. Так, представляет интерес опыт взаимодействия ОАО «АВТОВАЗ» и предприятий малого и среднего бизнеса в сфере инновационных технологий.

ОАО «АВТОВАЗ» одним из первых применило технологии проектного управления для инновационных программ. Первой ласточкой в этом направлении стала совместная разработка сис-

темы впрыска, в ходе которой сложилась схема «заказчик - координаторы - исполнители». В качестве заказчика выступил АВТОВАЗ, а координацией и сопровождением проекта занялись саратовская фирма «Авангард» и Поволжское отделение Российской инженерной академии. В проекте были заняты малые научно-исследовательские предприятия из Москвы, Зеленограда, Санкт-Петербурга, Новосибирска.

Благодаря соглашению, подписанному фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере с ОАО «АВТОВАЗ» и ПО РИА, схема внедрения инновационных проектов получила значительную финансовую поддержку, помощь в правовой защите интеллектуальной собственности. Кроме того, сегодня фонд способствует привлечению инвесторов, является гарантом при получении под проект кредитов в коммерческих банках. Примером успешной работы стало внедрение проекта ЗАО «Академический инжиниринговый центр» по изготовлению диагностических тестеров и программному обеспечению стендового оборудования для испытания комплектующих.

Все инновационные проекты на малых предприятиях ведутся с учетом соответствия систем качества международным стандартам. Несмотря на наблюдаемое в ряде европейских стран замедление темпов экономического роста, уровень развития промышленной кооперации в Европе остается достаточно высоким. Так, объемы одного только европейского рынка субконтрактации составляют около 400 млрд. евро в год.

В последнее время европейские производители проявляют повышенный интерес к производствам с более низкими ставками оплаты труда. Западные механообрабатывающие предприятия с их впечатляющими достижениями в социальной сфере уже не могут предложить конкурентоспособную продукцию по ценовым критериям.

Именно здесь у российских производителей могут быть очень выгодные позиции. В наиболее благоприятном положении оказываются малые и гибкие производства, способные в кратчайшие сроки осваивать выпуск небольших партий изделий по более низким, чем на Западе, ценам.

Исследуя практику кооперационного сотрудничества в России, следует отметить следующие определяющие факторы данного процесса.

Положительные: огромный опыт использования кооперационных взаимосвязей в бывшем СССР и СЭВ; огромный научный потенциал; значительная емкость и привлекательность рынка; низкие издержки производства - залог международного сотрудничества; мировое лидерство в ряде отраслей.

Отрицательные: жесткие ограничения на поставку полуфабрикатов в зарубежные страны; нестабильная экономическая система, что повышает риски иностранных стратегических инвесторов; слабая связь научного и производственного сектора.

В сложных отечественных условиях приходит понимание необходимости использования фактора эффективного кооперационного взаимодействия для ускорения развития как предприятий, так и экономики в целом (рис. 6).



Рис. 6. Распределение отношений промышленной кооперации по видам экономической деятельности в России (2009 г.)

Необходимо отметить, что в 2005-2009 гг. в России довольно активно развивались такие ин-

новационные формы промышленной кооперации, как аутсорсинг (в том числе IT-аутсорсинг) и франчайзинг.

Основополагающим элементом при передаче на аутсорсинг части функций по управлению информационными системами является соглашение об уровне сервиса (SLA), в котором оговаривается структура выполняемых работ, определяются этапы и метрики, позволяющие оценить качество оказываемых услуг. В развитых странах наибольший эффект от использования данного типа услуг получают крупные и средние компании с развитой IT-инфраструктурой и средней численностью сотрудников от 600 человек.

По данным аналитиков, ежегодные темпы роста российского рынка IT-аутсорсинга составляют 15 до 25 %², но до сих пор объем данного сегмента рынка в денежном выражении ничтожно мал по сравнению с показателями западных стран.

Как свидетельствует рис. 7, в 2000 - 2008 гг. промышленная кооперация в форме аутсорсинга развивалась в России достаточно интенсивно: за указанный период темп прироста составил 146 %, что более чем в 2 раза превышает темп роста ВВП Российской Федерации за тот же период. Вместе с тем, кризис 2008 - 2009 гг. вызвал достаточно резкое сокращение объема рынка аутсорсинговых услуг. Полагаем, что это произошло, в первую очередь, по причине дефицита ликвидности субъектов хозяйствования и, соответственно, ограничения возможности своевремен-

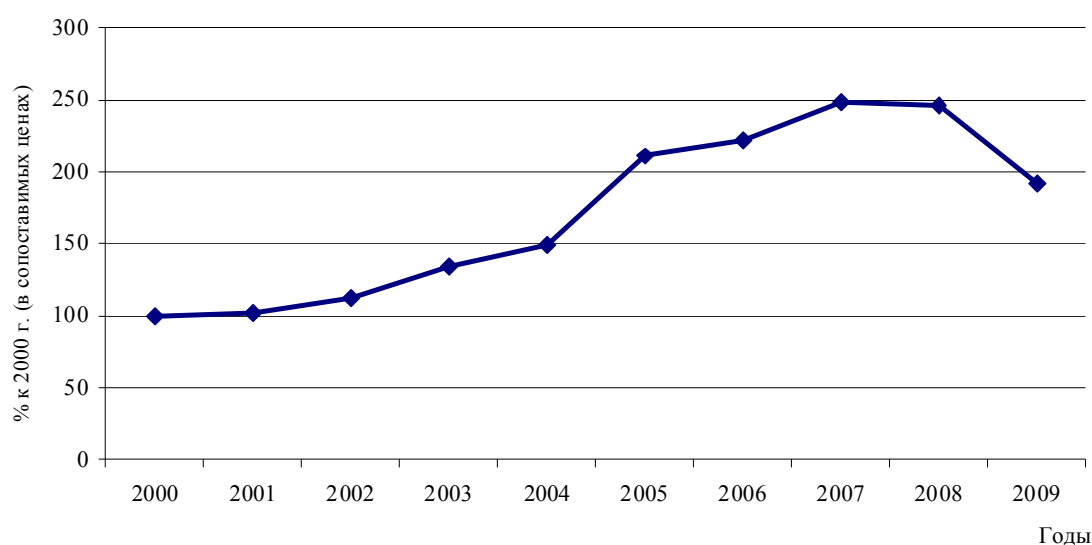


Рис. 7. Динамика развития аутсорсинга в Российской Федерации

Источник. Панарин А. С. Тенденции развития рынка аутсорсинговых услуг // Бизнес-журн. 2010. № 5. С. 18.

ной и полной оплаты услуг аутсорсинговых фирм различного профиля.

Развитие франчайзинга на территории России происходит неравномерно. К сожалению, на сегодняшний день можно назвать только несколько регионов, где франчайзинг используется достаточно широко. Основными из них являются: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород и Омск. Применение франчайзинга в регионе неразрывно связано с экономическим положением данной территории и уровнем развития бизнеса на рынке.

В результате анализа действующих на российском рынке товаров и услуг франшиз можно утверждать, что, как правило, предприятия начинают внедрять свою марку либо на московском, либо на петербургском рынке и лишь затем решают применять франчайзинг для продвижения ее в регионы. Так, салоны обуви "Эконика" в Московском регионе в основном принадлежат непосредственно фирме-франчайзеру, зато для продвижения марки в другие регионы России используется преимущественно франчайзинг.

Основным отличием российских франшизных систем от иностранных является одновременное расширение бизнеса, выход на новые рынки как за счет создания франшизных точек, так и за счет развития корпоративных предприятий, принадлежащих франчайзеру. Данную ситуацию можно

объяснить тем, что большинство российских предприятий начинают расширять бизнес посредством франчайзинга уже при наличии собственной развитой сети и, как следствие, франчайзинг для них - лишь один из элементов системы развития сети.

Основным фактором ограничения развития франчайзинга в России является отсутствие правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения. Существующее положение требует незамедлительного изменения действующего законодательства и терминологии в области франчайзинга в сторону приближения их к мировой практике, что особенно важно для создания франчайзинговых систем с участием иностранного капитала.

Подводя итоги, можно сделать следующий вывод: промышленная кооперация в Российской Федерации сегодня - это источник повышения конкурентоспособности предприятия на основе как совместной реализации отдельных функций бизнес-системы, так и передачи части функций внешнему партнеру; залог участия стран в международном разделении труда; возможность ускоренного развития экономики России.

¹ Якимов А. В. Проблемы кооперативного взаимодействия // Принципы экон. науки. 2008. № 5. С. 12.

² Родионов Е. Б. Инвестиционные проблемы промышленности. М., 2008. С. 129.

Поступила в редакцию 05.08.2010 г.