

Реформирование промышленного сектора экономики России в последние годы сопровождалось такими явлениями, как падение объемов производства, утрата многих высоких технологий, деиндустриализация ряда отраслей, что с издержками приватизации привело к возникновению проблем организационно-управленческого характера, связанных со стратегическим развитием предприятий. К такого рода проблемам следует отнести необходимость создания на качественно ином теоретико-методологическом уровне подходов к стратегическому управлению предприятий тех отраслей, которые являются определяющими для дальнейшего социально-экономического развития страны [2]. Данное положение в полной мере относится и к предприятиям автомобилестроительной отрасли, поскольку последняя была и остается одной из самых важных структурообразующих отраслей экономики России. Российское автомобилестроение неуклонно, начиная с 90 – х годов XX века теряет свои рыночные позиции. К основным проблемам, обуславливающих такую деградацию следует отнести: изношенность производственно-технологических баз, нехватка современных технологий, неразвитость собственного инжиниринга и недостаточность масштабов производства для увеличения уровня локализации [3]. В этой ситуации многие российские предприятия в качестве основной стратегической альтернативы своего развития выбрали путь сотрудничества с международными стратегическими альянсами. В капитал АвтоВАЗа вошел альянс «Renault – Nissan», а на производствах Группы компаний ГАЗ реализован проект контрактного производства автомобилей Skoda. Российская компания Sollers создает совместные предприятия с корпорацией Ford. КАМАЗ осуществляет технологическое сотрудничество с Daimler. Достаточно эффективно функционирует автомобилестроительный кластер на территории Калужской области, в котором осуществляют производственную деятельности компании Volkswagen, Volvo Trucks, Renault Trucks, Peugeot – Citroen, Mitsubishi [1]. В то же время зарубежными стратегическими партнерами предлагаются такие стратегии для российских автопроизводств, которые определяют их роль лишь как сборочных производств для национального рынка из автокомплектов, произведенных зарубежом. В результате такие стратегии не предполагают развитие собственных технологических разработок и построения производственно-инновационных сетей с поставщиками автокомпонентов. В этих условиях необходимо использование таких стратегических альтернатив для отечественных автомобилестроительных предприятий, которые на основе стратегического индустриального партнерства с мировыми лидерами отрасли направлены не только на сохранение производственных мощностей и рабочих мест в отрасли, но и на формирование долгосрочных конкурентных преимуществ. В связи с этим в настоящее время отечественной экономической науке предстоит найти ответы на такие вопросы: как обеспечить национальные экономические интересы при интеграции производственной деятельности

отечественных автомобилестроительных предприятий с мировыми лидерами отрасли; каким образом обеспечить трансфер новых конкурентоспособных технологий в российский автопром; как эффективно модернизировать и создать новые конкурентоспособные производства автокомпонентов. Под индустриальным партнерством целесообразно понимать различные формы сотрудничества автопроизводителей, поставщиков компонентов, независимых инновационных центров и других участников автомобилестроительной отрасли в области разработки, инвестиций и производства продукции. Таким образом, индустриальное партнерство целесообразно рассматривать как особый вид управления на предприятии, направленный на целеполагание, организацию, стимулирование, контроль и координацию различных форм технологического и производственного сотрудничества с другими компаниями отрасли (стратегические альянсы, промышленные кластеры, совместные предприятия). Основная цель индустриального партнерства – повышение конкурентоспособности его участников за счет обмена производственными технологиями и достижение на этой основе эффекта синергии. Эффект синергии возникает в результате снижения производственных издержек и затрат на разработку новой продукции и внедрения их в производство. Таким образом, индустриальное партнерство представляет собой систему отношений состоящей из трех подсистем, в каждой из которых реализуется соответствующий организационно – экономический механизм (рис. 1). В качестве объекта управления при реализации индустриального партнерства на предприятии целесообразно рассматривать подсистемы системы отношений, возникающие при реализации проектов инновационного - производственного партнерства и соответствующие организационно – экономические механизмы: - механизм индустриального партнерства при создании новых товаров; - механизм индустриального партнерства при производстве продукции; - механизм индустриального партнерства в инвестиционном процессе в отрасли. Таким образом, участниками индустриального партнерства являются: компании автопроизводители, поставщики автокомпонентов, контракторры по производству автомобилей, специализированные университеты, финансовые организации и банки, независимые центры исследования и разработки, органы государственной власти, осуществляющие регулирование в отрасли. Основная идея концепции развития предприятий на основе стратегии индустриального партнерства заключается в целесообразности использования таких стратегических альтернатив, которые направлены на преодоление технологического отставания автопроизводителей на основе импорта технологий в краткосрочной перспективе и обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ за счет создания инновационно – производственные сетей компаний с целью совместной разработки и производства новых конкурентоспособных автомобильных технологических платформ. В связи с этим

представляется возможным выделить: - стратегическую альтернативу низшего уровня, которая основана исключительно на импорте устаревших технологий от мировых лидеров отрасли в отечественные предприятие (стратегии контрактора, сателлита, имитирования, приобретения лицензий); - стратегическую альтернативу высшего уровня, которая подразумевает комбинирование импорта и экспорта технологий на уровне предприятия (лицензирование, дирижирование, интегрирование, кооперирование). Развития предприятий автомобилестроительной промышленности в рамках предлагаемой концепции подразумевает три этапа: 1) преодоление технологического отставания на основе заимствования новых конкурентоспособных технологий у мировых лидеров отрасли; 2) импортозамещение за счет обеспечения конкурентных преимуществ отечественных автомобилестроителей на российском защищенном рынке и развития собственного технологического и производственного потенциалов; 3) выход на международные рынки за счет реализации накопленного производственного и технологического потенциалов отечественных автомобилестроительных предприятий. Учитывая экономическую и социальную значимость автомобилестроительной отрасли России, а также ее интеграцию с оборонно-промышленным комплексом страны, реализация предложенной концепции, является задачей имеющей важное значение для экономики страны.