

О ПРОБЛЕМАХ ОТЕЧЕСТВЕННОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ И НЕКОТОРЫХ ПУТЯХ ВЫХОДА ИЗ СЛОЖИВШЕГОСЯ ПОЛОЖЕНИЯ

Анисимов В.М., Васина Л.Н.

Со вступлением России в рыночные условия хозяйствования, помимо общих для всей отечественной экономики причин спада, свою отрицательную роль в кризисном положении производства автомобилей сыграли и некоторые специфические особенности российского автомобилестроения. Падение объёмов производства на всех автомобилестроительных предприятиях страны может быть объяснено целым рядом причин.

Во-первых, в результате распада СССР были разрушены сложившиеся ранее хозяйственные связи, из-за чего российские предприятия лишились традиционных поставщиков ряда комплектующих и материалов, а также рынков сбыта на Украине, в Казахстане и других республиках где реализовывалось ранее больше половины советских легковых автомобилей.

Во-вторых, выполнение поставленных обязательств по отношению к головному заводу предприятиями-смежниками зачастую нарушается под самыми различными предлогами: неплатёжеспособность, высокий уровень задолженности партнёрами государству, несовершенная система расчётов и т.п. В связи с этим растёт удельный вес дебиторской задолженности в имуществе предприятия. Так для одного из крупнейших предприятий поставщиков автомобильного электро-оборудования ОАО "ЗиТ", её доля достигает почти четверти от валюты баланса. Такая нестабильность во взаимоотношениях приводит к необходимости повышать объёмы средств в запасах, которые занимают до 15 % в имуществе завода. Соответственно и деловая активность, которая в финансовом смысле проявляется прежде всего в скорости оборота средств, оказывается крайне низкой. Так, если

период оборота дебиторской задолженности для компаний стран с рыночной экономикой составляет 20 дней (Chrysler), 27 (General Motors), то для "ЗиТ" эта цифра на порядок выше. Аналогичная ситуация и по другим показателям. Столь низкие коэффициенты оборота и столь длинные циклы лишают компанию возможности гибкого маневрирования ресурсами и приводят её к неплатёжеспособности как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

С уходом от государственного регулирования цен, смежники получили возможность самостоятельно устанавливать цены на свою продукцию. Таким образом, цены на комплектующие изделия российских поставщиков уже к 1995 году превосходили сопоставимые цены западных производителей примерно в 2 раза, причём рост цен продолжается.

Одной из самых серьёзных причин такого положения вещей является вступление России на международный рынок. Иностранные производители, имея многолетний опыт работы в рыночных условиях, нашли свою нишу, своих потребителей и определились с оптимальным размером цен. Для россиян же для выхода на западный рынок необходимо использовать известные приёмы привлечения покупателей: либо за счёт повышения качества продукции, что при современном состоянии отечественной науки и технологии увя почти не возможно, либо за счёт продажи продукции по более низкой цене, что в принципе и происходит. Однако, в качестве резерва по снижению затрат на внешнем рынке предприятия выбирают их завышение на внутреннем. От чего страдают партнёрские взаимоотношения внутри страны. Причём, при заключении сделок производители используют в качестве аргументации о завышенной цене калькуляцию в средних рублях, то есть не на уникальное изделие, а на усреднённое по всему валу как по внутреннему рынку, так и по внешнему. По такой схеме действует, к примеру, четвёртый государственный подшипниковый завод.

Другой причиной роста цен на российскую продукцию является несовершенство налогового законодательства. Более десятка различных

налогов включены в себестоимость, что делает не реальным её снижение за счёт этой статьи и ставит россиян в не равные условия с иностранными производителями. Кроме того, вопросы связанные с начислением амортизации также усугубляют ситуацию: использование невысоких ставок амортизационных отчислений (при длительном сроке службы) не позволяет применять современное, высокотехнологичное оборудование; высокие нормы амортизации (ускорение срока службы) дают гигантский вклад в себестоимость продукции.

Все эти проблемы не возможно решить в рамках одного предприятия. Необходимо проведение государственной политики разумного протекционизма отечественного производителя. Поддержка его хотя бы на первых порах вхождения в рынок.

Отдельно стоит отметить несовершенство системы расчётов между поставщиками и потребителями, фактически приводящее к отсутствию реальных денежных потоков. Нехватка денежной наличности, отсутствие собственных оборотных средств вынуждают предприятие к "принудительному заимствованию", с помощью которого осуществляется текущая деятельность (краткосрочные кредиты и кредиторская задолженность у ОАО "ЗиТ" составляют более 40% в имуществе.) Завод пытается продержаться за счёт долгов своим партнёрам (60% кредиторской задолженности образуется из долгов поставщикам, заказчикам и прочим кредиторам. Причём кредиторская задолженность превышает дебиторскую, что является признаком неустойчивого финансового положения.

Ряд предприятий находит выход из создавшегося положения в организации специальных фирм - "перевалочных пунктов" между компаниями-смежниками, которые, заручившись поддержкой банка и имея свободные денежные средства, закупают продукцию у заводов, которые давно не работают с "живыми деньгами" (Магнитогорский металлургический завод), с очень большой скидкой и организуют взаимозачет между смежниками, получая неплохие проценты с таких сделок.

Падающий платёжеспособный спрос населения привёл к тому, что экономически эффективная цена даже на недорогие модели машин находится на уровне, превышающим возможности массового спроса. Таким образом, рост продажной цены новых автомобилей не соответствует возможностям потенциальных покупателей. В самом начале кризисного периода крупные заводы имели возможность бесконтрольного повышения цен, поскольку спрос на автомобили в тот момент являлся практически не эластичным по цене. В настоящее время происходит насыщение автомобильного рынка, цены практически достигли потолка потребительского спроса, поэтому потенциал их повышения окончательно исчерпан. При достаточно низких доходах среднего потребителя, автомобиль для него является не средством передвижения, а роскошью.

Таким образом в рыночных условиях на конечные результаты деятельности предприятия оказывают давление как потребители продукции, так и поставщики материалов и комплектующих. Предприятие, выступая в роли изготовителя продукции взаимодействует с поставщиками сырья и комплектующих, а также с потребителями своей продукции через соответствующие рынки, на которых формируются цены, спрос и предложение на сырьё и выпускаемую продукцию. Выходом из этого замкнутого круга и основополагающим моментом в повышении конкурентоспособности должно стать снижение производственных затрат.

Одним из путей решения этой задачи является разработка и внедрение системы внутрифирменного управления. Введение центров ответственности, как структурных элементов предприятия, в пределах которых менеджеры будут нести ответственность за целесообразность возникновения того или иного вида расходов, повысит инициативу и заинтересованность в конечных результатах работы всего предприятия: увеличении доходов, экономии материальных ресурсов, повышении качества продукции.