ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ АВТОКОМЛЕКТУЮЩИХ

Алистарова Н.В.

Автомобильная промышленность - ведущая отрасль машиностроения, значительно влияющая на решение экономических, социальных, экологических и научно-технических проблем в любой индустриально развитой стране. Это обусловлено особенностями автомобилестроительного производства с его масштабностью, массовостью, высоким уровнем кооперации с другими отраслями промышленности. [3]

Перед автомобилестроением на данном этапе стоит главная, обобщающая задача - повышение научно-технического, технологического, инновационного уровней и на этой основе - конкурентоспособности выпускаемой продукции, и это помимо финансово-экономических, организационно-технических, технологических и прочих задач. Целью современной государственной политики должно являться стимулирование процесса импортозамещения с целью создания собственной автокомпонентной базы, а также трансфер технологий и повышение конкурентоспособности отечественной продукции на мировом и внутреннем рынке.

С 90-х годов 20 века продажа зарубежных марок автомобилей из года в год увеличивалась и для закрепления на российском рынке иностранные производители начинают разворачивать сборочное производство автомобилей на территории РФ. Однако техническое состояние и возможности основного технологического оборудования, уровень технологической точности, возможности контрольно-измерительного и испытательного оборудования на предприятиях многих российских поставщиков автокомпонентов не способны обеспечить и подтвердить

выполнение технических требований автомобильных корпораций, пришедших на российский рынок. Значит, размещение на таких предприятиях-поставщиках производства автокомплектующих повлечет проблемы с их качеством, с качеством собираемых из них узлов, поставляемых на автосборочные предприятия. Кроме того, коммерческие предложения, выставляемые производителями автокомплектующих изделий Самарской области, по цене в разы превосходят стоимость закупок у надежных поставщиков из Европы или Китая и Юго-Восточной Азии – даже с учетом недешевой логистики и таможенных затрат. Таким образом, развитие автомобильной промышленности России ставится в зависимость от иностранного капитала, а также от импорта автокомпонентов, что в определенной степени содействует обострению проблемы экономической безопасности страны [1]. На рисунке 1 приведены проблемы и возможности локализации поставщиков для крупного потребителя на примере завода BOSCH.

Рисунок 1. Пример проблем с локализацией поставщиков автокомпонентов

В настоящее время присутствующие на рынке автокомпонентов субъекты малого и среднего предпринимательства являются либо частью цепей поставок крупного бизнеса, либо предприятиями, поставляющими продукцию и услуги нескольким потребителям из одного или разных сегментов рынка. Основное значение в оценке предприятий-производителей автокомплектующих имеют уже разработанные предприятиями - потребителями отраслевые и специализированные стандарты по оценке поставщиков в производственных цепочках поставок. Например, на рисунке 2 изображена схема последовательности предъявления требований к продукции поставщиков, их оценки по соответствующим методикам и реализации комплекса программных действий, нацеленных на выпуск автокомплектующих.

Рисунок 2. Пример системы взаимодействия с поставщиками в автопроме (RFQ - выставление требований поставщикам, СМК –система менеджмента качества, PDCA/SD – процесс непрерывных улучшений)

Эти стандарты являются основой корпоративных программ развития поставщиков, которые строятся на нормативных документах и методиках головных предприятий, определяющих взаимодействие поставщиков с крупным бизнесом на всем жизненном цикле создания продукции. Таким образом, поставщики при отсутствии каких-либо компетенций должны прилагать максимум усилий по их наращиванию, а так же по внедрению передовых практик управления и освоению перспективных инновационных направлений развития бизнеса, соответствующих выдвинутым потребителями требованиям.

Решение вышеизложенных проблем путем постоянного взаимодействия между потребителем и производителем приведет к таким результатам как [2]:

- повышение квалификации сотрудников предприятий-поставщиков и предприятий-потребителей;
- обеспечение дополнительных рабочих мест в наукоемком производстве;
- закрепление населения в специализированных районах;
- локализация производства в кластерах;
- повышение конкурентоспособности и устойчивости поставщиков и потребителей автокомпонентов Самарской области за счет сокращения внутренних затрат, улучшения процессов менеджмента качества, внедрения инструментов качества и производственных процессов, дооснащения и/или переоснащения производств более современным и точным оборудованием [4];
- улучшение финансовых, экономических и производственных показателей за счет формирования и реализации рыночного потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства Самарской области;
- достижение высокой эффективности производства.

Список использованных источников

1. Будрин А.Г. Взаимодействия и взаимоотношения предприятий в рыночной среде: методологические и концептуальные аспекты. — СПб.: СПбГИЭУ, 2008. — 167 с.

2. Шамшин С.А., Свистунов А.В. Модель взаимодействия производителя и потребителя при формировании совокупности качественных характеристик новой продукции. Вестник Воронежского государственного университета, 2011, №2.

3. Шарян Э.Г. Конкурентоспособность производителей автокомпонентов в России. Сборник статей МАМИ, 2009. С.283-288.

4. Эванс, Джеймс Р. Управление качеством. Учебное пособие / Джеймс Р. Эванс; пер. с анг. под ред. Э.М. Короткова; предисловие Э.М. Короткова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 671 с.