

Библиографический список

1. Карминский А.М. Контроллинг. учеб. под. ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. М.: Финансы и статистика, 2006. – 334 с.

2. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления: пер. с нем. Ю.Г. Жукова и С.Н. Зайцева; под ред. С.А. Николаевой. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 96 с.

3. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: пер. с нем. под ред. и с предисл. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 800 с.

4. Фольмут Х.Й. Инструменты контроллинга от А до Я: пер. с нем. под ред. и с предисл. М.Л. Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика, 1998.

5. Безрукова Т.Л. Формирование механизма устойчивого развития предприятия: факторный анализ, контроллинг, моделирование. М.: МГУЛ, 2002. – 251 с.

6. Петров П.А. Основные принципы и этапы реализации стратегического контроллинга в организациях // Лесотехнический журнал. 2011. № 2. С. 111 – 116.

7. Саати Т. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: аналитические сети. Пер. с англ.; под. ред. А.В. Андрейчикова, О.Н. Андрейчиковой. – М.: Изд. ЛКИ, 2008. – 360 с.

8. Иванова Л.А. Стратегический менеджмент: учебное пособие. Набережные Челны, 2008. – 76 с.

УДК 338.2:629.33

Кластеризация автомобилестроения в Российской Федерации

© 2011 г. В.В. Пальцев, О.Н. Щербакова *

Мировой финансовый кризис показал, что все государства в той или иной степени стимулируют спрос на автомобили за счет специальных программ. Это связано со значительной ролью автомобильной промышленности в экономическом развитии большинства стран мира. Доля этой отрасли в машиностроительной продукции Южной Кореи, например, достигает 10 %, Японии – 12 %, Германии – 14 %. Еще выше эта доля в совокупном экспорте: 15, 25, и 20 % соответственно.

Огромное число рабочих мест создается в смежных с автомобильной промышленностью отраслях по цепочке добавленной стоимости как на этажах «даунстрим» (в сфере услуг, финансировании, страховании, ремонте), так и «апстрим» (в металлургии, производстве пластмасс, электронной промышленности и др.). Одно рабочее место в автомобильной промышленности генерирует до 10 мест в других отраслях экономики. Один доллар, затраченный в автомобильной промышленности, увеличивает совокупный валовой продукт страны на три доллара. По

этому показателю автомобильной промышленности нет равных среди других отраслей (среднее значение мультипликатора составляет 2,2) [1].

Данные статистики свидетельствуют, что мировая автомобильная промышленность начинает выходить из кризиса. В первом квартале 2010 года производство автомобилей в мире на 57 % превысило показатели первого квартала 2009 года, несмотря на пессимистичные прогнозы, что продажи новых автомобилей на развитых рынках достигнут уровня 2008 года не ранее чем в 2014 году. В Китае, Канаде, Мексике и Великобритании рост за аналогичный период составил более 70 % (рис. 1) [2].

Эти данные подтверждают и субъективные ощущения руководителей автомобильных компаний, что худший за всю историю автопрома кризис, начавшийся после банковского кризиса конца 2008 года, миновал. Компании Volkswagen, Ford Motor и Fiat недавно объявили о существенных инвестиционных планах, особенно в Китае и Латинской Америке.

Согласно прогнозам в 2010 году производство автомобилей должно было вырасти до 70 млн, а к 2016 году – до 88 млн ед. При этом 40 % всех продаж будет приходиться на страны Азиатско-Тихоокеанского бассейна [2].

В России кризисное сокращение производства было максимальным среди основных автопроизводи-

¹ Пальцев В.В. – аспирант кафедры менеджмент НГТУ им. Р.Е. Алексеева
Щербакова О.Н. – доцент кафедры менеджмент НГТУ им. Р.Е. Алексеева

телей в мире. В 2009 году падение по сравнению с 2008 годом составило 49 %, в то время как в других странах, также пострадавших от кризиса, падение составило в США 21 %, в Испании – 18 %, в Японии – 10 %, в Великобритании – 6,4 %, в Италии – 0,2 %, а в Китае производство автомобилей выросло на 44 % [3].

Тем не менее и российское автомобилестроение, благодаря программе утилизации старых автомобилей, показывает заметные признаки оживления: в мае 2010 года в стране было продано на 25 % больше автомобилей по сравнению с маем 2009 года, на 40 % увеличились продажи АвтоВАЗа. Как заявил глава альянса Renault–Nissan Карлос Гон, 2010 год станет рекордным для глобального автопрома, при этом рост будет обеспечен в том числе за счет России: только АвтоВАЗ продаст в 2010 году 600...700 тыс. автомобилей [3].

Чтобы амбициозные программы были успешно реализованы, необходимо четко представлять себе важнейшие тенденции развития мирового автомобильного рынка, в который предстоит встраиваться российским компаниям.

По прогнозам, к 2030 году на Азиатский регион будет приходиться почти 50 % продаж и 60 % производства. А. Махиндра, вице-президент и управляющий директор индийской автомобильной компании Mahindra and Mahindra, полагает, что Китай и Индия с их самым большим в мире населением и растущим благосостоянием окажутся мотором роста отрасли в следующие 20 лет [1].

Несмотря на преимущества азиатских стран в части производственных издержек, сборочные заводы в Японии и Западной Европе сохраняются, а США останется мировым лидером по показателям производительности труда в отрасли. Сборочное производство станет еще более капиталоемким. В то же время прогнозируется существенный сдвиг в производстве комплектующих. Более половины автомобильных фирм, опрошенных компанией The Economist Intelligence Unit, полагает, что к 2030 году число поставщиков комплектующих значительно вырастет в противоположность тенденции прошедшего десятилетия. За счет низких издержек на оплату инженерных кадров разработка новых продуктов, стоимостной и производственный инжиниринг будут осуществляться в Китае и Индии, что стимулирует дальнейший процесс оффшоринга [1].

Изменяются и отношения производителей с поставщиками комплектующих. Поставщики останутся сердцем автомобильной отрасли, на них будет приходиться две трети конечной стоимости автомобиля. Большинство автомобильных компаний предполагают глубже вовлекать поставщиков в процесс

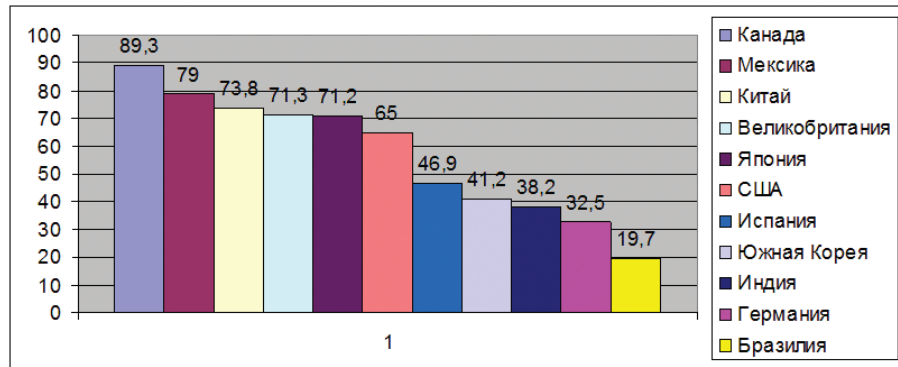


Рис. 1. Рост мирового производства автомобилей, % (I кв. 2010 г. / I кв. 2009 г.).
Источник: Financial Times, May 3, 2010

разработки новых продуктов и делиться с ними внутрикорпоративной информацией.

В этих условиях критическим фактором успеха окажется совместное участие в использовании знаний. Для эффективного реагирования на изменение спроса со стороны конечного потребителя, а также для более тесного сотрудничества с поставщиками автомобильные компании будут вынуждены делиться информацией со всеми участниками производственной цепочки. В результате произойдет существенный сдвиг в IT-инвестициях от текущих затрат на финансовую отчетность и общую коммуникационную инфраструктуру к инвестициям в управление знаниями, цепочками снабжения и поставок и в разработку новых товаров и услуг [3].

Очень часто инновации оказываются бесполезными из-за того, что головные производители и поставщики компонентов не обладают достаточной информацией о требованиях и потребностях потребителей и не уделяют адекватного внимания инновационному маркетингу. Только одна из шести предлагаемых инноваций реально покупается. На рынке представлено слишком много сложных инноваций, потребитель вынужден ориентироваться среди них интуитивно. Все меньше водителей имеют представление обо всех функциях своего автомобиля. Даже достаточно известные функции остаются для многих скрытыми. Например, 70 % германских и американских автолюбителей знакомы с антиблокировочной системой ABS, но лишь 40 % знают, что представляет собой система электронного контроля устойчивости ESC. Хотя много дополнительных опций автомобиля со временем стали серийным оборудованием, число новых опций все время увеличивается. Например, в автомобиле BMW седьмой серии их число возросло от 14 в 1986 году до 92 в 2006 году. Зачастую потребитель даже не догадывается, какую функцию выполняет та или иная дополнительная опция [1].

Вот почему инновации по сокращению издержек превратились в основную цель автомобильной промышленности и по важности не уступают функциональным инновациям. Сложность в достижении этой цели заключается в том, что меры должны одновре-

менно приниматься всеми участниками производственной цепочки.

Большое внимание уделяется снижению издержек проектирования. Все крупные автомобильные компании создают офшорные центры исследований и разработок (прежде всего в развивающихся странах) в целях снижения инжиниринговых издержек и локализации исследований в области топливных систем. Модульный принцип проектирования способен снизить единичные издержки НИОКР и позволить компаниям производить широкий спектр моделей при сокращении их жизненного цикла.

Осознание значимости автомобильной промышленности для экономики России, а также перспектив развития мирового автопрома привело к разработке двух масштабных программ развития российского автопрома и компании АвтоВАЗ на период до 2020 года. В рамках первой программы были разработаны четыре сценария (таблица) [1].

Первый, инерционный сценарий не изменит текущей ситуации в отрасли и за 10 лет может привести к превращению России в площадку для отверточной сборки машин и окончательному развалу производств комплектующих. Этот сценарий будет стоить всего около 12 млрд евро. На рынке останутся несколько небольших производителей, не имеющих своей интеллектуальной базы и моделей, а НИОКР ограничены только инженерным обеспечением. Доля импорта при этом составит 50 %, а экспорта – лишь 5 %.

Второй сценарий ориентирован на партнерство с иностранными производителями и ограничен созданием совместных производств. Российские производители машин интегрированы в глобальные группы. Производство в России нацелено на удовлетворение внутреннего спроса. Доля импорта снижается до 20 %, а экспорта остается на уровне 8 %. Стоимость этого сценария возрастает до 25 млрд евро.

Третий сценарий – рынок, закрытый от иностранной конкуренции, – был признан нереалистичным, и экономические расчеты по нему не проводились.

Наиболее перспективным был признан четвертый, самый амбициозный сценарий превращения России в крупного экспортера автомобилей. Предполагается, что на рынке существуют один крупный консолидированный российский независимый производитель машин и несколько нишевых игроков. Большинство крупнейших производителей комплектующих создают в России свои производства, а акцент делается на поставки российским производителям машин. В автомобильной отрасли осуществляется полномасштабные НИОКР российских производителей, ориентированные на разработку новых моделей и платформ, в том числе для мирового рынка. Стоимость этого сценария – 40 млрд евро. Большая часть средств будет направлена на создание, по сути, новой системы производства автокомпонентов и концентрацию производства самих автомобилей. Целью этого сценария является превращение автопрома в двигатель модернизации

российской экономики: доля автомобильной промышленности в ВВП должна вырасти с нынешних 0,98 до 3,3 % при неизменной численности занятых. В целях реализации программы с 2012 года планируется запретить компаниям использовать легкие автомобили, эксплуатирующиеся более 25 лет, а также легкие коммерческие грузовики со сроком службы более 20 лет для перевозок грузов и более 15 лет – для пассажирских перевозок [4].

На наш взгляд, предлагаемая модель соответствует «анклавной» модернизации, что эффективно при выстроенной цепочке формирования добавленной стоимости конечного продукта. В России же сложилась модель разомкнутой инновационной системы (рис. 2), когда фундаментальные исследования и разработки не доходят до процесса коммерциализации внутри страны. Таким образом, осуществляется импорт коммерциализированных отечественных разработок, что значительно увеличивает стоимость готового продукта [5].

Масштабы выявленных проблем требуют технологической модернизации широкого спектра обрабатывающих производств России, не только высоко-, но и среднетехнологичных. В этой ситуации «анклавная» модернизация представляется, скорее, риск-сценарием, поскольку, вероятно, не только не создаст достаточных условий для преодоления сформировавшихся ограничений экономического развития, но и будет способствовать закреплению стратегически тупиковой модели разомкнутой инновационной системы.

На наш взгляд, наиболее эффективным инструментом повышения конкурентных преимуществ отечественных автопроизводителей является их вовлечение в процесс кластеризации.

Кластеры гораздо лучше, чем отрасли, охватывают важные связи, им присущи взаимодополняемость между отраслями, распространение технологий, навыков, информации, маркетинг и осознание требований заказчиков по фирмам и отраслям [6]. Именно такие связи являются основополагающими в достижении конкурентных преимуществ, что в свою очередь служит залогом благополучия компаний, входящих в кластер.

Считается, что базовое определение кластера принадлежит М. Портеру: «Кластер или промышленная группа – это группа соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [7]. Таким образом, кластер определяется как индустриальный комплекс, сформированный на базе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, основных производителей и потребителей, связанных технологической цепочкой, и выступающий альтернативой отраслевому подходу.

В ходе нашего исследования было выявлено более 30 определений понятия «кластер», причем у разных авторов встречаются диаметрально проти-

Сценарии развития российской автомобильной промышленности до 2020 года					
Сценарий развития		1. Текущий вектор	2. Партнерство	3. Закрытый рынок	4. Крупный экспортер
Производство машин	Структура / Организация	Российские производители машин в основном работают в качестве производителей по контракту	Российские производители машин интегрированы в глобальные группы, несколько иностранных производителей локализовано	Российские производители машин обладают монополией, собственная / (лицензированная) интеллектуальная собственность	Российские производители машин, независимые или в партнерстве с глобальными производителями, конкурентоспособные на глобальном уровне
	Рыночный акцент	Местное производство удовлетворяет лишь около 50 % спроса, остальное импортируется	Производство в России нацелено на удовлетворение внутреннего спроса – малый объем импорта и экспорта	Доля импорта очень мала, российские производители поставляют машины только на внутренний рынок	Ориентировка на экспорт, более 1/3 собранных в России автомашин поступает на внешний рынок
	Степень консолидации	Один или несколько небольших, маломасштабных производителей машин, не имеющих собственной интеллектуальной собственности и моделей	Два (или больше) производителя машин входят в глобальные группы, заимствуют платформы и прочую интеллектуальную собственность	Два – три независимых производителя машин, малый масштаб на мировом уровне	Один крупный консолидированный российский независимый производитель машин плюс несколько нишевых игроков
	Иностранные производители комплектующих	Незначительное присутствие, поставки только иностранным производителям машин	Значительное присутствие иностранных производителей комплектующих, многочисленные СП с местными компаниями	Акцент на имеющихся иностранных производителях машин, низкий уровень локализации	Присутствие большинства крупнейших производителей комплектующих в России, акцент на поставках российским производителям машин
		Российские производители комплектующих	Неконкурентоспособны, только поставки запчастей для устаревших российских моделей	СП российских производителей комплектующих с иностранными партнерами	Акцент только на российских производителях машин
НИОКР	Роль российских НИОКР	НИОКР существуют только на уровне производственных площадок	Россия – часть глобальной сети НИОКР иностранных производителей машин, обладающая своей спецификой	НИОКР только у российских производителей машин	Полномасштабные НИОКР российских производителей машин
		Акцент на НИОКР	Ограничены инженерным обеспечением производства	Акцент на имеющихся в России преимуществах (например, материалы)	Акцент на разработку моделей для России
Производство и финансы	Внутренний рынок	3,6 млн машин	3,6 млн машин	–	3,6 млн машин
	Импорт	1,8 млн (50 %)	700 000 (около 20 %)	–	1 млн (около 28 %)
	Внутреннее производство	1,9 млн	3,15 млн	–	4 млн
	Экспорт	100 000 (около 5 %)	250 000 (8 %)	–	1,4 млн (около 35 %)
	Необходимые инвестиции	12 млрд евро	25 млрд евро	–	40 млрд евро
	Инвестиции / выручка 2010 – 2020, итого	2,3 %	3,6 %	–	4,7 %
	Инвестиции / выручка 2010 – 2020 с учетом НИОКР за рубежом	4,7 %	5,5 %	–	5,8 %
Примечание. Источник: Boston Consulting Group.					

воположные взгляды. Так, по мнению российского ученого В. Кутына, кластеры не обладают географическим детерминизмом [8], что является одним из постулатов теории М. Портера. Рассматривая в качестве объекта исследования российские предприятия, В. Кутын объясняет данное положение слабостью подавляющего большинства регионов России и отмечает, что даже близко находящиеся

на географической карте регионы настолько сильно отличаются ресурсным, людским потенциалами, что это не позволяет отнести их к одному экономическому кластеру.

Следует отметить, что кластеры могут отличаться друг от друга в зависимости от преследуемых резидентами целей. В этой связи, по нашему мнению, особый интерес вызывает классификация,



Рис. 2. Модель разомкнутой инновационной системы

предложенная И. Меньшениной [9]. К основным признакам, определяющим тот или иной вид кластера, по мнению И. Меньшениной, относят:

- уровень развития;
- ориентация на рынок;
- территориальный охват;
- вид интеграции;
- стадия развития;
- влияние государства;
- механизм формирования.

На наш взгляд, данную классификацию следует также дополнить разделением в зависимости от отраслевой специфики.

Проанализировав наиболее распространенные подходы к пониманию феномена «кластер», мы пришли к выводу, что кластер – это объединение компаний одной или нескольких смежных отраслей на основе вертикальных и (или) горизонтальных связей в целях получения синергетического эффекта, достигаемого в том числе за счет выпуска компанией-лидером инновационного продукта с высокой степенью локализации производства. При этом ключевым моментом является результат, получаемый на выходе. Нельзя не отметить, что количественные и качественные параметры данного результата в настоящее время определяются самими участниками, что вносит путаницу при определении различия между «конструктивным» кластером и, например, «деструктивным» монополистическим сговором.

По нашему мнению, успех кластерных организаций заключается в следующем:

- в рамках кластера происходит взаимодействие межотраслевых предприятий, что позволя-

ет осуществить переход от узкой специализации к интеграции в управленческой деятельности;

- объединение предприятий и организаций различной направленности (промышленные предприятия, научно-исследовательские институты, учебные заведения, венчурные фирмы и т.д.) приводит к возрастанию роли инноваций и предпринимательства;
- вовлечение в кластер предприятий различных форм собственности способствует формированию эффективных механизмов рыночной конкуренции;
- внедрение инноваций способствует ускорению выхода продукции и ориентации предприятий и организаций на создание добавленной стоимости и повышению качества работ;
- взаимодействие хозяйствующих субъектов приводит к возникновению перекрестных целей, что в свою очередь оказывает влияние на баланс спроса и предложения;
- взаимное понимание интересов членов кластера способствует поддержанию благоприятного инвестиционного климата, что, как следствие, обеспечивает рост количественных и качественных показателей инвестиций в расширенное воспроизводство товаров и услуг.

Таким образом, кластер является инструментом аккумуляции ключевых факторов успеха лидеров отрасли и распространения их на остальных участников [10]. В результате экономического эффекта кластера срабатывает принцип «снежного кома» – экономические успехи влекут за собой развитие социальных программ территорий кластера.

В настоящее время руководство Российской Федерации предпринимает усилия по формированию необходимой нормативной, финансовой, а также инно-

вационной инфраструктуры для создания и развития кластеров. Путь, выбранный государством, предполагает тотальную модернизацию экономики с использованием собственного опыта реформирования в условиях рыночного хозяйствования, а также адаптированного опыта передовых государств. По словам В.В. Путина: «Ставку мы будем делать на современные производства, основанные на передовых технологиях и высокой производительности труда, будем модернизировать традиционную индустрию и создавать новые инновационные кластеры» [11].

Развитие кластеров – один из приоритетов политики модернизации российской экономики, что официально декларируется в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Одним из первых законодательных актов, заложивших основу в «фундамент» формирования благоприятной среды для развития кластеров был принятый 7 апреля 1999 года Федеральный закон «О статусе наукограда Российской Федерации» № 70–ФЗ. Этим законом было предусмотрено предоставление различных преференций, в том числе в виде финансовых ресурсов, на строительство инновационной, социальной и инженерной инфраструктуры, осуществляемой из средств федерального бюджета.

В 2004 году при Правительстве России были созданы Совет по конкурентоспособности и предпринимательству и соответствующие органы по науке, технологиям и образованию. На федеральном уровне были сформированы финансовые механизмы по созданию и продвижению кластеров. Так, в соответствии с утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 22 апреля 2005 года № 249 Правилами предоставления средств федерального бюджета, которые предусмотрены на государственную поддержку малого предпринимательства, стало осуществляться на конкурсной основе предоставление субсидий субъектам РФ на финансирование мероприятий, в том числе предполагающих создание кластерных объединений. Федеральный закон «Об особых экономических зонах» от 22 июля 2005 года № 116–ФЗ открыл благоприятные возможности для развития кластерных проектов в особых экономических зонах РФ. Другой пример – создание предпосылок для образования территориально-производственных кластеров в рамках реализации проектов «промышленной сборки», утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 29 марта 2005 года № 166.

Следующими шагами со стороны государства были разработка и реализация государственной программы «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий», одобренной распоряжением Правительства РФ от 10 марта 2006 года № 328-р.

Кроме того, в целях эффективного финансирования проектов развития кластеров был сформирован ряд институтов развития, включая Инвестиционный фонд Российской Федерации, государственную кор-

порацию «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)», ОАО «Российская венчурная компания», Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Последним документом, способствующим развитию кластерных образований является Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» № 217-ФЗ от 2 августа 2009 года. В частности, этим законом предусмотрены механизмы интеграции науки и образования в реальный сектор экономики, что является одним из основополагающих моментов в достижении заданного эффекта при создании и развитии кластеров.

Также положительным вкладом государства является создание программ, баз данных и методических рекомендаций, направленных на развитие кластеров в регионах. В частности, существует официальный список региональных кластеров (протокластеров), составленный Министерством экономического развития РФ.

В соответствии с представленной базой данных [12] Россия уже имеет кластероориентированную экономику. Например, в Приволжском федеральном округе насчитывается около 60 кластеров, из них три в Нижегородской области – кластер автомобилестроения и автокомпонентов, кластер «Российский центр переработки ПВХ», Федеральный технопарк в сфере информационных технологий «Анкудиновка», включающий сеть инкубаторов. Что касается последнего, вызывает сомнение правомочность заявления в качестве кластера объединения инкубаторов. По поводу кластера автомобилестроения и автокомпонентов хотелось бы отметить, что в Нижегородской области действительно имеются все предпосылки для создания такового, а именно: существует необходимая критическая масса предприятий автомобилестроения, в том числе занимающихся выпуском инновационной продукции, имеется кадровый потенциал. Правительством области проводится протекционистская политика, закреплённая в стратегии развития Нижегородской области до 2020 года. Однако соседние регионы ПФО также имеют сильные позиции и могут стать ядром кластера.

Библиографический список

1. Кондратьев В. Автомобильная промышленность: перспективы развития после кризиса. <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=64426>.
2. Markets // Financial Times. 2010. 3 мая. <http://www.ft.com/>.
3. DM Производство транспортных средств – темпы прироста // Эксперт. 2010. № 3. <http://www.expert.ru/>.

4. Авторынок не тормозит // Ведомости. 2010. № 10. <http://www.vedomosti.ru/newspaper/2010/06/03>.
5. Прогноз экономического развития на 2011–2013 гг. Результаты работ по проекту LINK: докл. Д. Белоусова на пресс-конференции на тему: «Экономическое развитие России до 2013 года: прогноз ЦМАКП», организованной РИА Новости.
6. *Ферова И.* Промышленные кластеры и их роль в формировании региональной промышленной политики: диссертация д-ра. экон. наук: 08.00.05 / МАИ. – М., 2007. – 320 с.
7. *Портер М.* Конкуренция. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2002. – 610 с.
8. *Куткин В.М.* Территориальная экономическая кластеризация (классификация) регионов России: социально-географический аспект // Безопасность Евразии. 2003. № 1. С. 525.
9. *Меньшенина И.Г., Капустина Л.М.*
10. *Пальцев В.В.* О необходимости создания автомобильного кластера в ПФО // Будущее технической науки: сб. матер. Междунар. конф. / НГТУ. – 2009. – С. 357.
11. Город и горожане. Новости Нижнего Новгорода (газета). 2010. Сентябрь. С. 7.
12. Сводная база данных по кластерам России (электронный ресурс). <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/politic/doc201001081707>.
13. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года (электронный ресурс) http://www.toyota-club.net/files/reglament/10-05-10_strateg.htm.
14. *Меньшенина И.Г., Капустина Л.М.* Кластерообразование в региональной экономике: монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – 154 с.

УДК 338.24

Вопросы адаптации механизма промышленной политики к условиям российской экономики

©2011 г. Яньшина М.Н. *

Современное состояние экономик большинства стран обусловило проведенные ими на определенных этапах развития экономические преобразования, которые впоследствии обозначили общим термином «промышленная политика». Информатизация общества, глобализация, рост доли и значимости интеллектуального труда, реструктуризация отраслей мировой экономики с ростом использования новейших технологий вынуждают страны мира активно разрабатывать и внедрять промышленную политику. Под ней следует понимать системную инициативную непрерывную деятельность, инициируемую государством в отношении государственных органов, хозяйствующих субъектов, общественных и научных организаций по постановке целей и выбору механизмов их достижения, направленных на устойчивое развитие отраслей национальной экономики. Такая политика обусловлена имеющейся технологи-

ческой и материальной базой и учитывает состояние национальной экономики.

Анализ мирового опыта проведения промышленной политики позволяет выделить три вектора ее ориентации: экспортный, национальный (развитие внутреннего рынка) и стратегический, связанный с целенаправленным ограничением использования собственных невозобновляемых ресурсов (нефти, газа, леса и др.) С этой точки зрения, анализ опыта реализации промышленной политики в развитых странах позволяет проследить структурные изменения в инструментах, используемых для достижения тех или иных целей в рамках первого и третьего веков[1, с. 31].

Великобритания одной из первых использовала различные меры государственного воздействия для переориентации экономики с сырьевой на обрабатывающую. Постфеодальный период развития Великобритании характеризовался общей отсталостью экономики, с преобладающей долей экспорта сырой шерсти и низкокачественной шерстяной одежды. Основные структурные изменения в ее экономике произошли во времена правления Генри VII. Он ввел комиссии по выявлению наиболее оптимальных зон производства шерсти, активно поощрял

* Аспирант кафедры экономической теории и экономической политики Волгоградского государственного университета