



при этом собранных в России приносит дилерам лишь косвенную прибыль. «Статистика госбанков, которые участвуют в этой программе, говорит о том, что из 120 тысяч обращений кредитов выдано только четверть», — сообщил Александр Иванов, председатель совета директоров группы Wagner. Дилеры говорят, что столь малая доля выданных субсидированных кредитов не означает, что остальным обратившимся в их выдаче было отказано. «Нам просто удастся уговорить клиентов перейти на другие кредитные продукты», — говорит Виталий Новиков. «Или автомобили», — добавляет Сергей Новосельский. По словам господина Новикова, клиент выигрывает всего 24 тыс. рублей при покупке автомобиля по субсидированной президентской программе. «Дилеры готовы давать те же 24 тысячи рублей в качестве подарка», — уверяет он. Таким образом, программа по субсидированию автокредитов привлекает клиентов в автосалоны, но не всегда оказывается у них востребованной. «Я предложил бы не углубляться в эту тему», — заявил Сергей Фивейский.

У АВТОПРОМА ЕСТЬ ВРЕМЯ Повышение пошлин на ввоз иномарок в Россию, из-за чего теперь страдают импортеры и дилеры, вынуждает в свою очередь иностранные автоконцерны, несмотря на кризис, развивать производство на территории страны. «На сегодня ситуация такова, что одно из основных преимуществ производства автомобилей в России состоит в том, что на импортируемые машины установлены таможенные пошлины. При этом затраты на производство автомобилей в Европе сравнимы, а иногда даже ниже, чем в России», — говорит Ханс Юрген Мишель. По его словам, затраты Петербургского завода GM выросли на 15–20% от запланированных ранее,

в том числе из-за стоимости дополнительных компенсаций для сотрудников, например, организации транспорта на завод. «Наша цель — оптимизировать затраты на производство, в том числе — за счет поиска местных поставщиков комплектующих», — пояснил господин Мишель.

Других способов оптимизации производственных затрат практически нет — по крайней мере к этому склоняются эксперты. «Дело в том, что до 80 процентов добавленной стоимости автомобиля формируют именно компоненты, а не сборка», — говорит Валерий Киселевич, президент Санкт-Петербургской ассоциации производителей автомобильных компонентов (СПБАПАК). Однако сейчас поставщики не хотят идти в регион, так как петербургские автомобильные заводы выпускает слишком малые объемы автомобилей, что не обеспечит поставщикам приемлемых заказов на комплектующие. «Например, чтобы производство штампованных автокомпонентов вышло хотя бы в ноль, ему необходимо производить по 50–80 тысяч деталей в год. Для других компонентов (например, для амортизаторов) — это может быть миллион», — сообщил господин Киселевич. Однако, по прогнозам КЭРППТ, в этом году на трех петербургских автомобильных заводах будет выпущено не более 47,5 тыс. авто. При этом СПБАПАК прогнозирует, что через три-четыре года в Петербурге и Ленобласти сможет выпускаться до 1 млн автомобилей. Продажи автомобилей упали, но когда автоконцерны планировали организацию производства в России, продажи были минимальными. А речь шла о том, что емкость российского рынка по отношению к развитым странам, например, к Германии, выше в 2–3 раза. Чтобы дойти до европейских норм, нам нужно продать 30 миллионов

автомобилей. И если ориентироваться на то, что кризис рано или поздно закончится, то у предприятий есть время развить свои мощности под будущий рост рынка, и тогда производство автокомпонентов выйдет на первый план. То есть у нас есть сегодня время оценить, как правильно эти производства локализовать, где и как их разместить», — уверен президент СПБАПАК.

«Поставщики комплектующих — как правило, мелкие компании, которые не могут сами себе построить дорогу или провести электричество, им нужна промышленная инфраструктура и подготовленные площадки, они не пойдут в чистое поле», — говорит Наталия Щербакова, партнер PricewaterhouseCoopers. По ее мнению, небольших поставщиков следует объединять в консорциумы и подумать, какие преференции они могли бы дополнительно получить. «Если мы говорим об инвестиционной привлекательности, то этот вопрос надо решать. Инвесторы приходят сюда, получают опыт, затем едут к себе на родину и начинают распространять свои впечатления о России. Часто это негатив. Поэтому нужно внимательнее относиться к тем трудностям, которые сегодня есть у инвесторов, и воплощать это в том числе и в налоговом законодательстве», — добавляет госпожа Щербакова.

«У нас сейчас небольшое количество производителей автокомпонентов, поэтому каждому из них можно помогать в индивидуальном порядке, что город и делает», — полагает Егор Носков, управляющий партнер юридической фирмы «Дювернуа Лигал», замечая при этом, что «законодательство и инфраструктура — это хорошо, но сейчас никто не придет, потому что рынок не тот».

«Иногда надо взять инвестора за руку, провести его вокруг, показать и объяс-

нить все те требования, которые он должен выполнять. А со стороны инвестора я бы предложил организовать работу таким образом, чтобы у города было конкретное контактное лицо, с которым они в любой момент могли связаться, — это поможет наладить оперативный обмен информацией», — считает Ханс Юрген Мишель. По его словам, наряду с кризисом именно отсутствие у поставщиков понимания того, что и как делать, тормозит их приход в Россию. «И я хочу подчеркнуть, что та инфраструктура, та логистика, которая существует у нас сейчас, когда мы доставляем запчасти из Кореи и со всего мира, — это гораздо хуже с точки зрения оптимизации, чем плохое качество некоторых дорог в России», — уверен Ханс Юрген Мишель.

СПАСИБО ЗА AUDI К финалу круглого стола Сергей Фивейский заинтересовался, что город может сделать для поддержки автобизнеса. «Единственная вещь, которая зависит от города и сильно мешает не только автодилерам, — это административные барьеры, с которыми мы сталкиваемся при инвестициях в строительство завода или чего угодно. Например, мы приобрели земельный участок два года назад и два года мы занимались беготней», — пожаловался Вячеслав Жигалов. «Есть коммерческие услуги по согласованию», — помог советом Сергей Фивейский. «С ними по два года согласование и происходит, без них уходит по четыре», — поддержал коллегу Александр Кумпан. Господин Кумпан предложил городу также использовать такую форму поддержки автопроизводителей и дилеров, как госзакупки. «Audi для членов правительства уже были закуплены в докризисный год», — поделился господин Фивейский. «Спасибо вам за это», — подытожил Вячеслав Жигалов. ■

СПРАВКА ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРОВ

По определению, данному автором книги «Генезис и эволюция промышленности Санкт-Петербурга», заведующим кафедрой экономического факультета СПбГУ, профессором Феликсом Рыбаковым, под кластером можно понимать территориально-производственную систему, целевая функция которой направлена на повышение конкурентоспособности. В книге приведен и другой вариант определения, данный известным американским экономистом Майклом Портером: «Кластер — это система взаимосвязанных

фирм и институтов, оказывающаяся в целом больше простой суммы своих составных частей».

При этом кластер может включать в себя не только промышленные предприятия, но и другие организации. Например, учебные заведения, в которых производится подготовка кадров для рассматриваемых производств.

Как отмечает профессор Рыбаков, можно говорить о формировании на Северо-Западе России нескольких кластеров, в числе которых стоит выделить судостроительный, автомобилестроительный,

энергомашиностроительный, высокотехнологичный кластеры, а также кластер в сфере пищевой промышленности. Перспективными в плане будущего формирования на их базе кластеров могут быть отрасль радиоэлектроники и инвестиционно-строительный комплекс.

Ядром судостроительного кластера, на который приходится 85% промышленного производства отечественного судостроения, являются заводы Петербурга и городов Ленобласти. К высокотехно-

логичному кластеру относят предприятия инновационной сферы, ряд государственных НИИ, а также ЛАЭС. Автомобилестроение формируется по мере локализации пяти новых автосборочных производств. Базой энергомашиностроительного кластера является ОАО «Силовые машины». Пищевая промышленность города имеет преимущественно табачно-пивную ориентацию. Достаточно целостным выглядит инвестиционно-строительный комплекс, включающий проектирование, собственно строительство, производство

строительных материалов, инвесторов, а также инфраструктуру.

Сильным конкурентным преимуществом региона был и остается высокий научный и образовательный потенциал Санкт-Петербурга, который позволяет дополнять структуру рассматриваемых кластеров профильными учебными заведениями и центрами исследований и разработок.

Источник: Рыбаков Ф. Ф. Генезис и эволюция промышленности Петербурга. СПб.: Издательство СПбГУ, 2008.