

Системный подход к управлению производственной кооперацией предприятий автомобильной промышленности

В.П. Медведев,

доктор военных наук, Всероссийская академия внешней торговли, кафедра менеджмента и маркетинга - профессор,

Ю. А. Курганов,

Всероссийская академия внешней торговли, кафедра менеджмента и маркетинга - аспирант

УДК 339.94

ББК 65.298

М-420

Аннотация

В статье рассматриваются концептуальные основы управления производственной кооперацией предприятий в автомобильной промышленности и принципы формирования механизма оценки его эффективности на основе использования системно-ситуативного анализа глобального автомобильного рынка. Анализ международного сотрудничества предприятий автомобильной промышленности в рамках производственно-технологической кооперации по поводу проектирования, разработки и производства промежуточной продукции с позиций системного управления позволяет авторам сформулировать ключевые функционально-управленческие элементы моделируемой системы.

Ключевые слова: системный подход, производственная кооперация, автомобильная промышленность.

V.P. Medvedev,

*Doctor of Military Sciences, Russian Foreign Trade Academy,
Department of Management and Marketing - Professor,*

Y.A. Kurganov,

*Russian Foreign Trade Academy,
Department of Management and Marketing - Postgraduate student*

System approach to production cooperation management in automotive industry

Abstract

The conceptual basis of industrial cooperation management in automotive industry along with the principles of elaboration of its efficiency evaluation methods are reviewed in the article based on the implementation of system-situational analysis of the global automotive market. Analysis of the international industrial and technological cooperation on designing, developing and manufacturing of the intermediate products from the system management point of view enables the authors to outline the key functional and management elements of the modeled system.

Keywords: systems thinking, industrial cooperation, automotive industry.

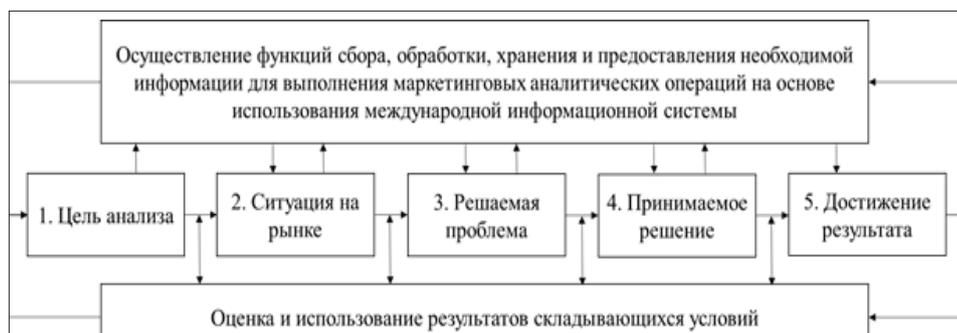


Российский автомобильный рынок является весьма привлекательным для лучших автомобилестроителей мира из США, Европы и Азии. Особенно наглядно международное производственно-торговое сотрудничество можно увидеть на примере совместной деятельности на территории России крупнейших предприятий автомобильной промышленности в составе альянса АвтоВАЗ – Renault – Nissan, имеющего наибольшую долю российского рынка, составляющую 30% объёмов продаж новых автомобилей в 2015 г.¹

В современных весьма сложных политико-экономических, организационно-технологических и социальных условиях жёсткой конкуренции в области автомобилестроения на международных рынках практически невозможно чётко выполнить PEST-анализ автомобильных рынков без привлечения системно-ситуативного анализа и современных инструментов в виде моделирования. Процесс моделирования любой многосложной системы целесообразно осуществлять, опираясь на модель основополагающих процедур менеджмента (см. рисунок 1).

Рисунок 1

Модель основополагающих процедур в процессе управления²



Нет необходимости детально анализировать содержание работы аналитиков на каждом из пяти представленных этапов моделирования. Правомерность и целесообразность приведённой последовательности моделирования доказана накопленным опытом опоры на данный алгоритм.

¹ Рассчитано по данным Ассоциации Европейского бизнеса: АЕВrus - Ассоциация Европейского бизнеса Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России в декабре 2015 года. Пресс-релиз от 14.01.2016. - http://www.asroad.org/getfile/600/rus_car-sales-in-december-2015.pdf

² Райченко А.В. Общий менеджмент. Серия учебников для программы МВА. – М.: ИНФРА-М, 2006, с. 57



Естественно, что сложный автомобильный альянс АвтоВАЗа с известными автомобильными брендами европейского и азиатского рынков в их международном взаимодействии с мировыми производителями промежуточной продукции в рамках вертикальной производственной кооперации необходимо рассматривать как «большую» и «сложную» конгломератную систему, в основе которой лежит ставшая уже классической модель системы Янга С.³ в виде основных системообразующих: «вход», «процесс», «выход» и «обратная связь». В контексте исследования механизма управления производственной кооперацией предприятий автомобильной промышленности данные системные элементы из абстрактных процессов преобразования различных ресурсов на входе в конкретные предоставляемые рынкам товары и/или услуги на выходе превратились в «цепочки» взаимодействия количественно-качественных показателей известного (А, В, С) и неизвестного (Х, Y, Z) значения, которые представляется возможным контролировать и целенаправленно преобразовывать от «входа» до «выхода» (см. рисунок 2).

Рисунок 2

Основные элементы для формирования экономической модели системы⁴



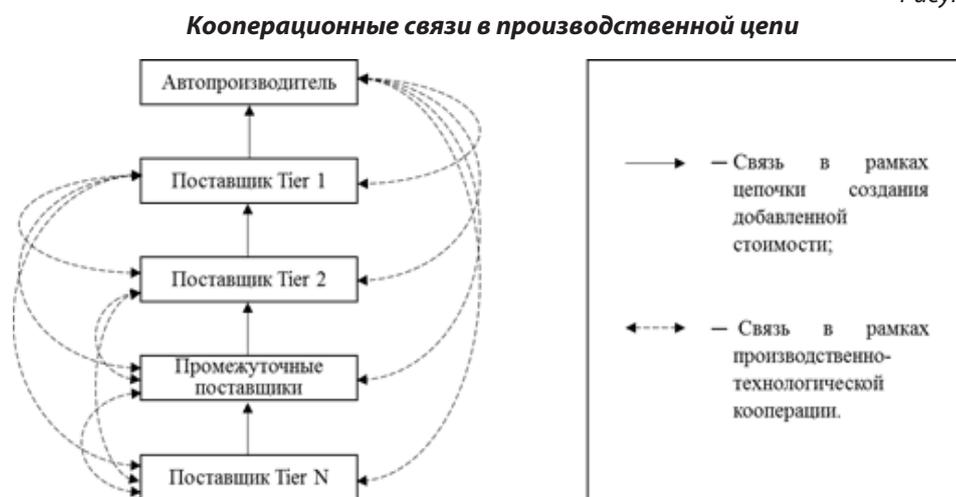
В анализируемой системе, применяемой в управлении производственно-технологическим взаимодействием на практике альянса АвтоВАЗ – Renault – Nissan, элементами «входа» являются вклады участников совместной производственной деятельности различных компаний в разработку и производство конкретных продаваемых на рынке типов автомобилей, в совокупности «выхода» – получаемые каждым из участников экономические и имиджевые результаты за представленные на рынке товары и услуги.

³ Янг С. Системное управление организацией. Пер. с англ. под ред. Никанорова С.П., Батасова С.А. – М.: Советское радио, 1972, с. 54

⁴ Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе: Монография / В.И. Королёв, Л.Г. Зайцев, А.Д. Заикин; Под ред. проф. В.И. Королёва - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013, с. 269

Таким образом, на организационном уровне действие вышеописанной экономической системы распространяется на функционирующих в международном масштабе и выстроенных в рамках модели цепочки создания добавленной стоимости Портера М.⁵ экономических субъектов, находящихся в производственной кооперации по поводу производства промежуточной продукции автомобилестроения. Данные цепочки, верхний уровень которых занимают автопроизводители, а нижний – производящие сырьё, материалы либо мельчайшие компоненты поставщики уровня N, как показано на рисунке 3, формируют международные кооперационные сети, в которых происходит обмен промежуточной продукцией посредством международной торговли.

Рисунок 3



Источник: составлено авторами

При разработке экономической, а по существу социально-экономической модели оценки эффективности управления в сложном разнородном альянсе для участников анализа возникает необходимость помимо представленных на рисунке 1 элементов принимать во внимание также следующие функционально-управленческие позиции:

□ Структурно-функциональное построение альянса (регион, масштабы производства, социально-экономическое участие персонала, информационно-управ-

⁵ Porter M. Competitive advantage: creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 2008, P. 99



ленческое сопровождение деятельности, характер распределения доходов между участниками совместной производственной деятельности);

□ Характер социально-экономической взаимозависимости по принципу «выгодно/выгодно» для автопроизводителей как участников альянса (внутренняя среда) и производителей промежуточной продукции (внешняя среда);

□ Специфика расчётов и содержание вкладов кооперантов в совместно реализуемые проекты, а также динамика возможного изменения соотношений в расходах и доходах производственного комплекса в целом и соответственно участия его представителей в управлении на микро- и макроуровнях.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Ассоциация Европейского бизнеса: АЕВrus - Ассоциация Европейского бизнеса Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России в декабре 2015 года. Пресс-релиз от 14.01.2016. - http://www.asroad.org/getfile/600/rus_car-sales-in-december-2015.pdf (Associacija Evropejskogo biznesa: АЕВrus - Asociacija Evropejskogo biznesa Prodazhi novyh legkovyh i legkih kommercheskih avtomobilej v Rossii v dekabre 2015 goda. Press-reliz ot 14.01.2016)

Райченко А.В. Общий менеджмент. Серия учебников для программы МВА. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 384 с. (Rajchenko A.V. Obshhij menedzhment. Serija uchebnikov dlja programmy MBA. – М.: INFRA-M, 2006. – 384 s.)

Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе: Монография / В.И. Королёв, Л.Г. Зайцев, А.Д. Заикин; Под ред. проф. В.И. Королёва - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 400 с. (Sovremennye problemy menedzhmenta v mezhdunarodnom biznese: Monografija / V.I. Koroljov, L.G. Zajcev, A.D. Zaikin; Pod red. prof. V.I. Koroljova - М.: Magistr: NIC INFRA-M, 2013. – 400 s.)

Янг С. Системное управление организацией. Пер. с англ. под ред. Никанорова С.П., Батасова С.А. – М.: Советское радио, 1972. - 456 с. (Jang S. Sistemnoe upravlenie organizaciej. Per. s angl. pod red. Nikanorova S.P., Batasova S.A. – М.: Sovetskoe radio, 1972. - 456 s.)

Porter M. Competitive advantage: creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 2008. – 592 p.

