

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Билялова А.А.

научный руководитель д-р экон. наук Евтодиева Т.Е.

Самарский государственный экономический университет

Современные рыночные тенденции имеют особое свойство постоянно изменяться, диктуя определенные условия развития промышленных предприятий. Как следствие, обладающие уникальными технологиями и материально-технической базой промышленные комплексы становятся не достаточно конкурентоспособными в виду неумения быстро адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней среды.

В настоящее время высокое качество поставляемого на рынок товара не является определяющим условием успешного развития организации-производителя. Предприятия, имеющие высокий промышленный и управленческий потенциал, довольно часто не уделяют внимание необходимости занятия устойчивой конкурентоспособной позиции не только на отраслевом рынке страны, но и на мировом промышленном рынке. Цель, поставленная менеджментом предприятия таким образом, является долгосрочной и ее реализации способствует разработка эффективного стратегического маркетингового плана, включающего в себя анализ состояния рыночной среды, уровня конкуренции и рыночной ситуации, определение номенклатуры продукции, рынков, системы распределения и реализацию планов качества.

К необходимости разработки маркетинговой стратегии современные организации приходят с возникновением определенных условий развития внешней и внутренней рыночной среды. Этими условиями могут быть:

- общее насыщение и стагнация рынка;
- повышение уровня требований потребителей к качеству товара и его сервису (рост изощренности спроса);
- значительно улучшившиеся технические и организационные возможности производства;
- ориентация на сокращенные сроки амортизации;
- увеличение серийности и сокращение сроков внедрения.

Целью стратегического маркетинга является выявление правильных ориентиров деятельности компаний, позволяющих рационально ставить достижимые цели в будущем и реализовывать их.

Особое место на промышленном рынке Российской Федерации занимают предприятия ракетно-космического комплекса. Спецификой ракетно-космической отрасли России является то, что все заказы на пусковые услуги принимаются и размещаются на предприятиях отрасли через Федеральное космическое агентство (Роскосмос). Роскосмос является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по обеспечению реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию, оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере космической деятельности, международного сотрудничества при реализации совместных проектов и программ в области космической деятельности. Руководство деятельностью Роскосмоса осуществляет Правительство РФ. В настоящее время в мировой космической деятельности участвуют более 120 стран, в 60-ти из которых созданы космические агентства.

Тем не менее, на мировом рынке ракетно-космической промышленности существует возможность приобретения лидирующих позиций. Как и любое промышленное и непромышленное предприятие, предприятия ракетно-космического комплекса видят

своей стратегической целью не только увеличение объема продаж, но и свое устойчивое развитие в долгосрочном периоде.

Основной задачей данного исследования является определение места предприятий ракетно-космического комплекса среди профильных производств на мировом рынке и обоснование необходимости разработки на промышленных предприятиях своей, адаптированной к внешним условиям промышленного рынка, маркетинговой стратегии.

Ракетно-космическая техника, а также услуги, связанные с космической деятельностью, стали предметом международной торговли во второй половине 20-го века. Понятие «космический рынок» появилось относительно недавно. Для Российской Федерации этот термин стал приобретать реальный смысл в 2000-е годы, когда в экономике страны стали формироваться и начали функционировать рыночные механизмы.

Вступив на мировой космический рынок, отечественные предприятия, столкнулись с проблемой высокой конкуренции и необходимостью достижения высокого уровня конкурентоспособности, способствующему благоприятному устойчивому развитию организации.

Современные условия мирового космического рынка изменчивы. Эта достаточно молодая отрасль промышленности стремительно развивается, что свидетельствует о постоянном росте количества предприятий-производителей ракетно-космической техники различных классов и видов. Тем не менее, несмотря на специфику оборонного характера выпуска рассматриваемой продукции, главная цель функционирования любой организации – увеличение доли на рынке и обеспечение благоприятных условий функционирования для возможности развития и роста в долгосрочном периоде.

Развитие международного космического рынка происходит стремительно. За пять лет он вырос со 170 млрд. долларов до 250 млрд., и такие тенденции будут прослеживаться и далее. Структура мирового космического рынка представлена на рисунке 1 (по данным Satellite Industry Association, Futron Corp.).

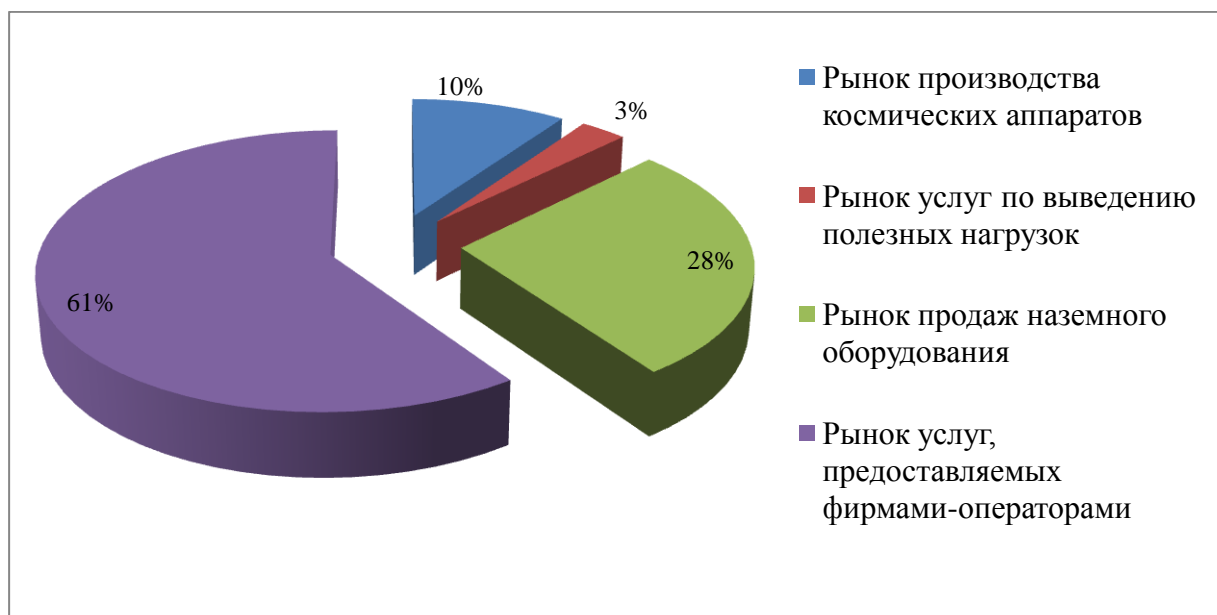


Рисунок 1. Структура мирового космического рынка в 2011 г., %

В настоящее время российская ракетно-космическая промышленность в целом занимает на рынке производства ракетно-космической техники достаточно устойчивую

нишу, уступая только США и Европе. Основная мировая космическая деятельность Российской Федерации сосредоточена в секторе производства ракетно-космической техники, который составляет 72 млрд. долларов, из которых доля России – чуть более 10%. Как утверждает руководитель Роскосмоса, Российская Федерация контролирует больше 30% средств обеспечения пусковых услуг в мире, а также доля в производстве космических аппаратов в мире составляет 7%.

Большую долю мирового космического рынка занимает сектор операторов услуг: телевидение, интернет, телекоммуникации, а также сектор наземной аппаратуры по приему космической информации. Доля России на этом рынке по разным данным составляет до 2%.

Для увеличения доли на мировом космическом рынке, а также укрепления своих позиций Российская Федерация планирует осуществлять космическую деятельность согласно утвержденной Правительством РФ Федеральной космической программе до 2020 года, способствующей формированию благоприятного имиджа страны, а также позиционированию России как страны высоких технологий с целью закрепления на мировом космическом рынке.

Федеральная космическая программа состоит из следующих шести задач:

1. Развертывание и поддержание необходимого для решения целевых задач состава орбитальных группировок отечественных космических аппаратов научного и социально-экономического назначения, включая российский сегмент Международной космической станции;
2. Модернизация космодромов Плесецк и Байконур, создание на территории России нового космодрома «Восточный»;
3. Создание перспективных и модернизация средств выведения космических аппаратов;
4. Создание научно-технического и технологического задела для разработки перспективных образцов ракетно-космической техники;
5. Обеспечение международного сотрудничества в области использования космического пространства в мирных целях;
6. Создание условий для расширения предоставляемых услуг с использованием результатов космической деятельности в интересах развития Российской Федерации и её регионов.

Большую часть поставленных задач планируется достигнуть путем совершенствования организационной структуры ракетно-космической промышленности, обусловленного развитием рыночных отношений, а также глобальной конкуренцией на мировом рынке, требующей укрупнения предприятий и интеграции их программ, компетенций и ресурсов в ограниченное число достаточно крупных объединений, включающих в себя исследовательские, разрабатывающие, производящие, сбытовые и обеспечивающие эксплуатацию продуктов подразделения.

Совершенствование структуры отечественной ракетно-космической промышленности предусматривает проведение её реорганизации путем формирования 5-7 холдингов и в последующем на их основе - 3-4 многопрофильных структур, а также приборостроительной корпорации-изготовителя систем и агрегатов для ракетно-космической техники.

Формирование таких холдингов является главным элементом одной из маркетинговых интегративного роста – горизонтальной интеграции. Применительно к российской ракетно-космической промышленности под горизонтальной интеграцией понимается организационно-экономическое объединение предприятий (организаций), специализирующихся на различных видах работ по созданию систем (комплексов) вооружения и военной техники. Стратегия интегративного роста способствует созданию усло-

вий для оптимизации производственного потенциала интегрируемых предприятий, повышению уровня его загрузки, исключению дублирующих производств, совершенствованию ценообразования, снижения издержек, обеспечению возможности проведения самостоятельных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, повышению оперативности заимствований передовых (в том числе зарубежных) технологий. Результатом реализации такой стратегии должно стать следующее:

1. Достижение эффекта синергизма. Соединение научного потенциала интегрируемых предприятий позволит разработать новые технологии, продукцию, услуги, и упрочить конкурентные позиции на данном рынке. Синергетический эффект может возникнуть благодаря:

- экономии, обусловленной масштабами деятельности;
- комбинировании взаимодополняющих ресурсов;
- финансовой экономии за счет транзакционных издержек;
- мотиву монополии (увеличении рыночной доли из-за снижения конкуренции);
- взаимодополняемости в области научно-исследовательских опытно-конструкторских разработок (НИОКР).

2. Текущая экономия по элементам постоянных издержек. Внутрифирменная консолидация в данном случае означает сокращение накладных расходов за счет устранения параллельных структур, высвобождения территорий, распродажи инфраструктурных объектов, сокращения издержек в дублирующие НИОКР.

Практически все сделки в процессе реструктуризации аэрокосмической промышленности позволяют фирмам осуществить резкое снижение текущих издержек, что имеет решающее значение для улучшения финансовых показателей, накопления свободной наличности и, следовательно, для дальнейших стратегических приобретений.

К числу основных мер экономии относятся:

- высвобождение занимаемых площадей
- объединение научных лабораторий;
- сокращение инвестиций в основной капитал;
- сокращение расходов на дублирующие НИОКР;
- объединение административно-управленческих, информационных систем компании в едином центре.

3. Реализация эффекта масштаба. В этом случае интегрированные предприятия, рассчитывая на рост конкретного рынка, в данном случае МКР, увеличивают серийность производства, снижает издержки на единицу продукции, и увеличивают, тем самым, свою долю на рынке и получаемые доходы.

В 2011 году доля ракетно-космической промышленности России в общемировом производстве ракетно-космической техники составила 10,7%. Государственной программой предусматривается дальнейший рост доли ракетно-космической промышленности России в этом секторе мирового рынка до 14% в 2015 году и до 16% в 2020 году. Реализация стратегии интегративного роста является одним из главных аспектов успешного выполнения мероприятий федеральной космической программы, которая будет способствовать решению задач исследования и освоения космического пространства, обеспечению гарантированного доступа России в космическое пространство со своей территории, и, самое главное, расширению присутствия России на мировом космическом рынке.