

**Питер Марш**

Новая промышленная революция

**Потребители, глобализация
и конец массового производства**

М.: Издательство Института Гайдара. Серия
“Стратегии экономического развития” под эгидой
Министерства экономического развития
Российской Федерации. 2015

Питер Марш — британский журналист, два десятилетия руководивший отделом Financial Times, который освещал вопросы промышленного производства. Тема его книги актуальна для современной России, в которой только очень ленивый политик не говорит о необходимости возрождения отечественной промышленности.

Однако для российского общественного мнения производство — это большой конвейер из советских фильмов, где трудовая деятельность основана на принципах тейлоризма и фордизма. Когда речь идет о ее возрождении, как правило, имеется в виду именно такой формат. По сути дела, российское общество в очередной раз готовится к прошлой войне, причем проигранной. Мощная и куда более диверсифицированная, чем сейчас, советская промышленность не выдержала испытания рухнувшими нефтяными ценами.

Еще один немаловажный фактор, повлиявший на восприятие россиянами промышленной политики, — это Китай. Конечно, к 2016 году образ китайского экономическо-

го чуда существенно потускнел, но еще несколько лет назад Поднебесную считали потенциальным лидером мировой экономики, который вот-вот потеснит нелюбимую россиянами Америку. Энтузиазм, с которым оценивали перспективы новой “мастерской мира”, можно сравнить с восхищением японской экономической моделью в 70-е годы. В обоих случаях реальные успехи приводили к завышенным ожиданиям. Тем более интересной является книга Марша, опубликованная на языке оригинала в 2012 году, в которой китайские результаты оцениваются по достоинству: отмечаются плюсы, фиксируются риски.

И наконец, не только в России, но и далеко за ее пределами сформировалось представление о современном западном обществе как о “постиндустриальном” (если речь идет о комплиментарных оценках) или “деиндустриализированном” (определение критиков). Действительно, если в 2000-м году в развитых странах производилось 73% мировой продукции, то в 2011-м — всего 54%. Однако книга Марша демонстрирует, что такие оцен-

ки нуждаются в серьезной корректировке: дело в том, что современное экономическое развитие становится более гибким, быстро меняющимся. Аргументы, безусловно актуальные для сегодняшнего дня, уже назавтра вызывают вопросы, а послезавтра выглядят устаревшими. Вспомним историю со сланцевой нефтью: совсем недавно она выглядела экзотикой, а сейчас является одним из ключевых факторов, влияющих на ситуацию на мировом нефтяном рынке.

Итак, точка зрения Марша заключается в том, что в современном западном мире начинается новая промышленная революция (при этом он внимательно анализирует опыт предыдущих революций). Он указывает на то, что передовые страны и в настоящее время сохраняют массу преимуществ — технических, социальных и экономических.

В частности, ведущие мировые игроки могут участвовать в рассредоточенных производственных операциях со своими партнерами в других частях света. У конкурентов Запада нет возможностей реализовывать столь масштабные проекты, так как только Запад обладает технологическим лидерством и организационными возможностями, которые позволяют эффективно управлять цепочками поставок на значительные расстояния. Марш полагает, что в будущем производственные процессы все чаще будут включать в себя предприятия как в богатых, так и в бедных странах, а в рамках гибридных стратегий будут сочетаться дорогостоящее и дешевое производство.

Кроме того, в современном мире сосуществуют массовое и нишевые производства. В первом случае речь идет о “штамповке”, ориентированной на широкие потребительские слои; центр этих производств, действительно, сейчас находится на Востоке. Во втором — об “отраслевых нишах”, производство в которых требует сложных технологий и работает на ограниченном рынке. Здесь, безусловно, доминирует Запад. Большинство нишевых отраслей производят продукцию, которая продается не потребителям, а инженерам. Таким образом, нишевые производства находятся в начале технологических цепочек, которые завершаются на Востоке. Марш считает, что

в мире существуют тысячи нишевых отраслей (точных подсчетов никто не вел); их примеры можно найти в любой широкой сфере производства, от станков до текстиля. Марш приводит в качестве примера производство чрезвычайно чистого по составу и тонкого жидкокристаллического стекла, используемого в ЖК-телевизорах. 60–65% мирового объема этого стекла производит основанная в 1851 году американская компания Corning. Разумеется, простым потребителям это неизвестно — они покупают в магазине уже готовый телевизор китайской или малазийской сборки.

Другой пример — многочисленные немецкие частные фирмы инженерно-технического профиля. Марш приводит данные консультанта по менеджменту из Германии Германа Симона, подсчитавшего, что средняя немецкая нишевая компания увеличила продажи более чем на 100% за десять лет до 2009 года (то есть в период “деиндустриализации”). Можно рассмотреть характерный case study — компания Trumpf, перешедшая в конце 1970-х годов от инженерной механики к изготовлению лазеров для резки металлов. К настоящему времени лазерное подразделение компании превратилось в одного из лидеров в этой нише: в 2010 году его доля в мировых продажах такого оборудования составила 30% (чуть менее \$1 млрд). Это оборудование стало жизненно необходимым инструментом для компаний, изготавливающих различную продукцию, от светофоров до мебели.

Может сложиться впечатление, что нишевые компании существуют в узкоспециальных сферах и “замкнуты” на конкретной сфере деятельности. Однако Марш доказывает, что именно эти структуры являются гибкими участниками рыночного процесса. Технологический процесс создает возможности для сопряжения различных технических дисциплин между собой — и, как следствие, потенциал для появления новых ниш. При этом компания, уже имеющая опыт успешного доминирования в одной из ниш, часто имеет шансы для продвижения в новых нишах. Более того, продукция и комплектующие часто способствуют росту компаний в других сферах производства.

Таким образом, по мнению Марша, происходят взаимозависимые процессы — с одной стороны, новая промышленная революция будет способствовать развитию нишевого производства, а с другой — нишевое производство будет стимулировать эту революцию.

Марш обращает внимание на опыт создания производственных кластеров — групп компаний, относящихся к одной и той же отрасли и расположенных рядом на небольшой территории. На первый взгляд кажется, что кластеры плохо вписываются в глобальные производственные секторы, которые становятся все более фрагментированными и рассеянными. На самом деле они вполне совместимы: кластерная модель ориентирована на мелкие бизнес-сообщества, плотно населяющие небольшое пространство, а глобальная — на широко рассеянную цепочку создания стоимости с узловыми точками во многих странах мира. Причем кластеры также вовлечены в мировую экономику: если они занимаются самоизоляцией, то могут быстро утратить значимость и стать неконкурентоспособными. Марш описывает кластер ортопедических технологий в американском городе Варшаве, штат Индиана: в него каждую неделю со всего мира прилетают хирурги, чтобы пообщаться с производителями. Другие связи с внешним миром привели к слияниям и корпоративным поглощениям, стимулирующим рост бизнеса как в индианской Варшаве, так и за ее пределами.

Что касается Китая, то автор обращает внимание и на успехи его промышленного взлета, и на противоречия китайской бизнес-модели. Показательно, что речь идет не только об экономических, но и о политических аргументах. Производители в других странах научились эффективнее конкурировать с китайцами за счет разработки принципиально новой продукции и технологий. И в то же время попытка примирить свободный капитализм с закрытым и недемократическим способом управления страной чревата серьезными рисками — поэтому, по мнению Марша, зарубежные компании могут перенести акцент в своих инвестициях в регионы с более предсказуемым долгосрочным политическим климатом. В любом случае, сейчас Ки-

тай тоже является частью глобального мира, хотя история китайских производственных предприятий за рубежом чрезвычайно коротка, и пока неясно, как компании, подобные Lenovo, справятся со сложной задачей управления своим зарубежным бизнесом.

Российский компонент в книге Марша крайне невелик, хотя все же присутствует. Один из его case studies — история британско-американской компании Plastic Logic, которая занимается разработкой дисплеев с использованием тончайшего пластика. Марш описывает начало “романа” этой компании с российской “Роснано”, которая в 2011 году купила 25% акций Plastic Logic. Появление российского инвестора рассматривается Маршем как очередной пример глобального характера современной промышленности. Впрочем, эта история имеет свое продолжение: амбициозные, широко разрекламированные планы производства в России инновационных гибких планшетов для средних школ так и не были реализованы, а в 2013 году у Plastic Logic сменился генеральный директор и стратегия, и теперь она не выпускает собственные гаджеты, хотя и работает в области пластиковой электроники.

Пример с Plastic Logic характерен тем, что на фоне закрытия большого количества традиционных производств как в кризисные 90-е годы, так и в “нефтяные нулевые” примеры “новой индустрии” в России носят локальный характер. Страна лишь пробует новые сферы деятельности, они выглядят для нее непривычными и остаются своего рода “вишенками на торте”: пока отношение к ним не слишком серьезное. Масштабный набор проблем — от недостаточно защищенных прав собственности до коррупционного фактора, от психологической несовместимости общества с непривычной для него идеологией приоритетности нишевой экономики до международных санкций, введенных в 2014 году и препятствующих обмену технологиями, — ведет к тому, что Россия все менее вписывается в грядущую промышленную революцию, в которой ключевую роль будет играть производство уникальной продукции.

При сохранении такой инерции отставание будет только нарастать, а для изменения

ситуации не видно ни политической воли, ни общественного подъема. Хорошо, что в книжных магазинах можно купить книги, подробно объясняющие, как действительно функционирует мировая экономика. Но грустно, что рядом с ними находятся стопки литературы, в которой рассказывается о грядущем крахе Запада и Сталине и Берии как примерах для

подражания. Она тешит самолюбие читателей, но способствует закреплению психологических стереотипов, которые ведут к архаизации экономики и общества — что не только закрепляет отставание от лидеров, но и увеличивает дистанцию.

Алексей Макаркин