

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В МИРОВОМ АСПЕКТЕ

<sup>1</sup>Шехтман А.Ю.

<sup>1</sup>ОАНО ВПО «Волжский университет имени В.Н. Татищева» (институт), Тольятти, Россия (445020, г. Тольятти, ул. Ленинградская, 16), e-mail: [Anya-Shehtman@mail.ru](mailto:Anya-Shehtman@mail.ru).

В настоящее время основной тренд развития мировой экономики определяется, прежде всего, за счет процессов и механизмов интеграции, консолидации ресурсов, капитала, потенциала развития. В этой связи в экономических системах формируются бизнес-цепочки создания стоимости, которые обеспечивают конкурентное преимущество не только отдельным экономическим системам, но и всей национальной экономике, за счет высоких темпов экономического роста. Тенденции развития автомобильной промышленности как инфраструктурных элементов, показывают усиление конкуренции на мировой арене, снижение темпов прироста продаж, рост расходов на НИОКР, перенасыщение традиционных рынков. Таким образом, для перехода к устойчивому развитию национальной автомобильной промышленности, необходимо разрабатывать и внедрять такие конкурентные направления развития, которые будут содержать инструменты опережающего роста. Выбор таких конкурентных направлений обеспечиваются за счет: анализа и прогноза динамики дополнительных сегментов доли рынка, привлечения новых или удержания существующих потребителей, увеличения бренда, налаженных производственных и управленческих процессов, оптимизации технологических процессов.

Ключевые слова: интеграция, конкурентоспособность, тенденции развития, конкурентные направления, экономический рост, автомобильная промышленность.

## THE TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF COMPETITION AREAS IN AN AUTOMOBILE INDUSTRY FROM THE WORLD-WIDE ASPECT

Shekhtman A.Y.

<sup>1</sup>Volzhsky University named after V.N. Tatishchev, Togliatti, Russia (16 Leningradsкая St., 445020 Togliatti), e-mail: [Anya-Shehtman@mail.ru](mailto:Anya-Shehtman@mail.ru).

At the present time the main trend of progress of the global economy is determined mainly by the processes and mechanisms of integration, resources consolidation, capital, development potential. In connection with this fact, there form business chains of cost formation in economic systems that ensure a competitive advantage not only for individual economies, but also the entire national economy due to high rates of economic growth. The tendencies of an automobile industry development as the infrastructure elements show an increase in competition on the world stage, a lower growth rate of sales, a rising scale of expenditures on R&D, over saturation of conventional markets. Thus, for the transition to sustainable development of the national automobile industry it is necessary to devise and introduce such competitive areas of development that will contain the instruments of advanced growth. The choice of these competitive areas can be fulfilled by the analysis and forecast of the dynamics of additional segments of the market share, attracting new or retaining present customers, expanding the brand, establishing production and management processes, optimization of engineering procedure.

Keywords: integration, competitiveness, tendencies of development, competition areas, economic growth, the automobile industry.

Современное состояние мировой и отечественной экономики, сложность и высокая динамичность внешней среды, ужесточение конкуренции требуют от предприятий непрерывного, системного развития, реализации своего потенциала, формирования эффективной стратегии развития, отвечающей сложившимся экономическим условиям.

В современной экономике ведущая роль в обеспечении конкурентоспособности национальных экономик принадлежит сложноструктурированным экономическим системам,

представляющим собой объединения отдельных предприятий и организаций, осуществляющих согласованную деятельность на основе консолидации своих ресурсов для достижения общих целей [2].

В рамках нашей работы в качестве объекта исследования рассматриваем интегрированные экономические системы, в виде кластерного образования автопрома, базовым элементом которого является крупный производственный комплекс ОАО «АВТОВАЗ», который вместе со своими поставщиками, дочерними фирмами, территорией оперирования (Самарская обл.), стратегической зоной хозяйствования (поставщики, дистрибьюторы и пр.) формируют обширную зону хозяйствования, которую можно охарактеризовать как интегрированный многоотраслевой комплекс международного типа.

Кластер представляет собой комплекс экономических субъектов (систем), объединенных одной или несколькими «якорными» (системообразующими) предприятиями, связанными отраслевыми и/или территориальными социально-экономическими отношениями с другими локализованными организациями, сочетающими формальную самостоятельность и конкурентные отношения, имеют единый или распределенный центр управления и развития кластера, согласовывают собственные и общие цели функционирования, и в процессе деятельности генерируют синергетический эффект и взаимодополняют друг друга в росте конкурентоспособности [6].

Однако, эффективное управление кластерного образования невозможно без организации эффективного взаимодействия и согласованного механизма управления между различными направлениями бизнеса, межстрановыми отношениями, взаимосвязями между основными и вспомогательными производствами, обслуживающих структур, поставщиков и дилеров.

Актуальность исследованию придает постоянно возрастающее значение автомобилестроения в мировой экономике, как инфраструктурного объекта, задающего развитие обрабатывающих отраслей и стимулирующей развитие других связанных отраслей и комплексов (черной и цветной металлургии, резиновой промышленности, электротехнической промышленности, нефтехимической, станкостроительной и текстильной промышленности, обуславливает расширение сети дорог, автомагистралей, сервиса перевозок и т.д.)

Такие кластерные системы международного типа являются важными драйверами инновационного развития регионов и связанных отраслей, за счет активного инвестирования средств в научные исследования, сферы повышения профессиональной квалификации, образования. Инновации и сами инновационные продукты сокращают издержки производства, определяют конкурентные преимущества предприятия в отрасли.

Значительный вклад автомобилестроения в экономический рост в стране: 1% прироста в производстве автомобилей дает 1,5% прироста ВВП страны [1].

Доля автомобилестроения в ВВП развитых стран варьируется от 5% у Франции и США до 10% у Германии и Японии. В России этот показатель пока не превышает 2,5%, и она пока отстает даже от небольших производителей автомобилей, например, Италии, Испании, Великобритании [3].

По итогам 2013 г. совокупный объем производства легковых и грузовых автомобилей в мире уже достиг 87,3 млн. единиц, из которых 75% приходится на легковой автомобильный транспорт. Автомобильная промышленность мира потребляет около половины всей продаваемой в мире нефти, резины, около 25% мирового производства стекла [6]. Данные статистические факты, подтверждают важную роль производства автомобилей в развитии национальных экономик стран.

Анализ мировой и отечественной статистики продаж автомобилей в 2013-2014г. (табл.1) показал, что лидирующими концернами являются: General Motors, Ford Motor Company, Toyota Motor Corporation.

Таблица 1

Статистика и рейтинги продаж автомобилей в 2014 г.

Годы	Общий объем продаж, млн.		Лидеры продаж	Объем продаж по маркам автомобилей	
	2013	2014		2014	Откл. к 2013%
США	15,6	16,5	Ford	2,3млн.	- 1,1
			Chevrolet	2,03млн.	+ 4,4
			Toyota	2 млн.	+ 5,8
ЕС	8,9	9,5	Volkswagen	1,17 млн.	+ 4,8
			Ford	723,0 тыс.	+ 7,3
			Opel	671,2 тыс.	+8,2
Россия	2,5	2,2	ЛАДА	351,9 тыс.	-15,7
			KIA	175,5 тыс.	-3,6
			Renault	175,3 тыс.	-8,3

Источник: составлено автором по данным сайтов: <http://www.aebrus.ru/ru/>, <http://www.goodcarbadcar.net/>, <http://serega.icnet.ru/>

По данным таблицы видно, что страны ЕС занимают лидирующие позиции по продажам автомобилей, среди стран самыми динамичными оказались: Португалия 35,3%, Хорватия 25,8% и Румыния 25,5%. Отстающие позиции относятся к странам: Голландия 5,2%, Австрия 4,3% и Бельгия 0,4%.

В сентябре рост продаж составил 6,4%. Здесь особое внимание стоит обратить на Грецию, где рост продаж составил 32,6%, а ведь полтора года назад, в период кризиса, падение доходило до 40% [2]. Совокупный рейтинг среди стран в мире представлен в табл.2.

Таблица 2

## Страны-лидеры по продажам новых автомобилей в 2012-2013 гг.

Место	Страна	Продано, 2013г. (млн.)	Продано, 2012г. (млн.)	Отклонение, %
1	China	21,90	19,07	+14,9
2	USA	15,58	14,49	+7,5
3	Japan	5,29	5,31	-0,5
4	Brazil	3,58	3,64	-1,6
5	Germany	3,17	3,23	-2,1
6	India	3,03	3,22	-5,9
7	Russia	2,78	2,93	-5,2

В мировом рейтинге объемов продаж лидирующие позиции занимают Китай, США, а так же Япония. Россия занимает в рейтинге стран седьмое место.

Важным аспектом в определении тенденций развития автомобильной промышленности является производство автомобилей в мировом масштабе. В табл. 3 представлена динамика совокупного мирового производства легковых автомобилей.

Таблица 3

### Динамика мирового производства автомобилей (2008-2014 гг.)

Годы	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Объем производства	52,841	47,772	58,239	59,897	63,081	65,462	33,895
	125	598	494	273	024	496	353

На основе анализируемых статистических данных представим динамику производства легковых автомобилей на основе показателей абсолютного значения отклонения, % (рис.1).

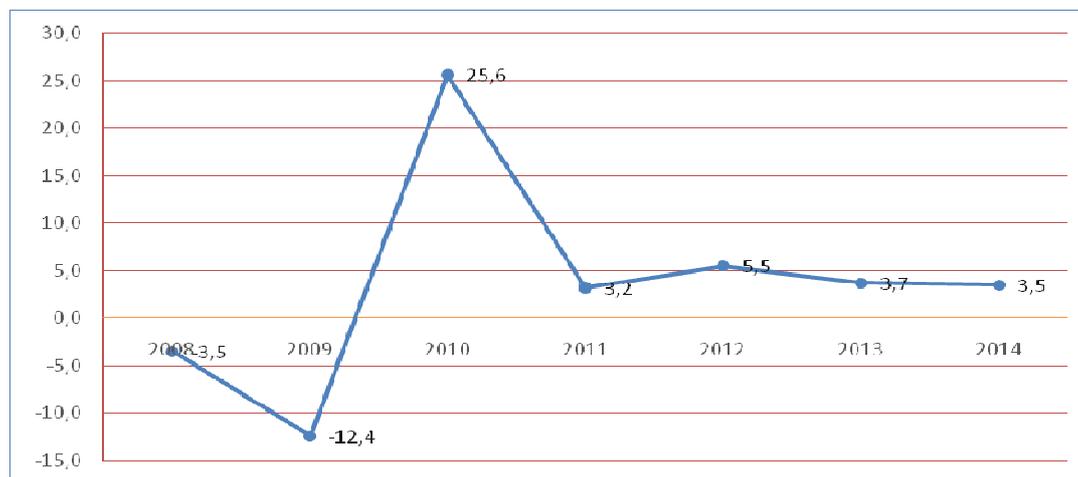


Рисунок 1. Динамика мирового производства автомобилей в 2008-2014гг.

Источник: составлено автором по данным сайта <http://www.oica.net>.

После значительного падения объемов производства автомобилей в 2009 году, в связи с мировым экономическим кризисом в 2010 году наблюдается рост производства и совокупный объем составил 58,2 млн. легковых автомобилей против 47,7 в 2009 году, изменение составило + 25,6%, что, несомненно, благоприятно повлияло на мировой рынок. Тенденция производства в 2011-2014 годах примерно на одном уровне с незначительными

отклонениями. Однако, следует отметить, что негативная ситуация на мировом рынке автопромышленности не однозначно повлияла на различные страны мира, к примеру, в национальной автопромышленности Китая наблюдался положительный темп прироста и составил + 48,3%, когда в остальных станах лидерах по производству автомобилей наблюдалось отрицательное отклонение: Япония – 31,5%, Германия – 13,8%, США – 34,3%, Россия – 59,5% [1].

Производство автомобилей постоянно расширяется, охватывая все новые страны, например, Бразилию, Аргентину, Республику Корея. Однако основными производителями остаются несколько макрорегионов: Япония, Северная Америка, Китай, Европейский союз (ЕС). Российская Федерация, так же относится к ведущим странам-автопроизводителям [5]. Представим в табл. 4 данные производства автомобилей доминирующих стран в данной отрасли.

Таблица 4

Производство легковых автомобилей в 2013-2014 гг.

Страна	2013	2014	Отклонение, %
Япония	3 959 320	4 319 919	+9,1
Китай	8 664 502	9 708 473	+12
США	2 284 001	2 163 319	- 5,3
Германия	2 738 155	2 910 867	+ 6,3
Россия	929 455	905 387	- 2,6

На рис.2. представлена динамика производства легковых автомобилей ведущих стран мира (2013-2014гг.)

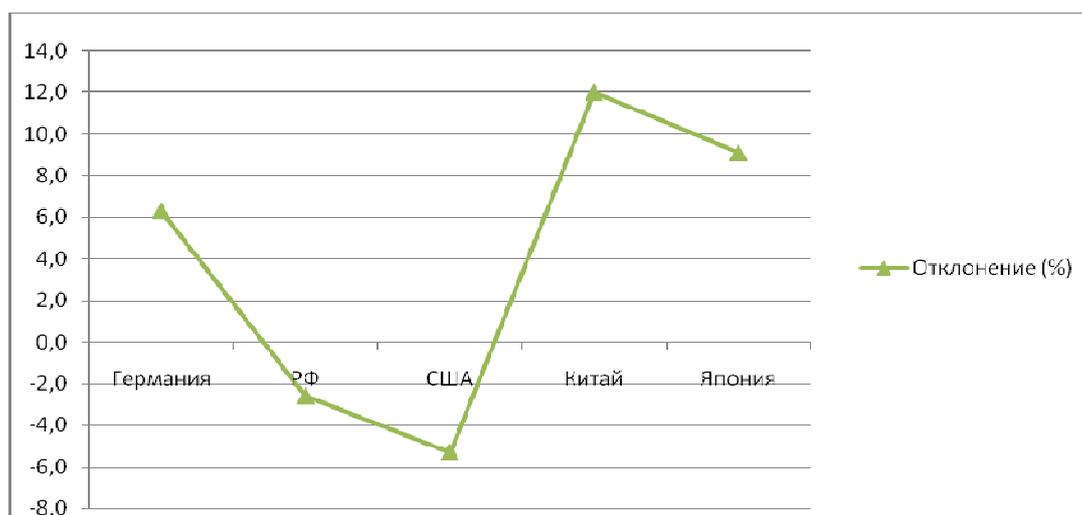


Рисунок 2. Отклонения динамики производства легковых автомобилей (2013-2014гг.)

Из рисунка видно, что в совокупном объеме автомобилестроения Китай занимает лидирующее место, постоянно наращивая конкурентные направления, тем самым укрепляя

свои позиции, занимает большую долю рынка в данном сегменте. Вместе с тем, автопромышленность США не демонстрирует устойчивые темпы прироста как объемов производства, так и продаж автомобилей. Рынок США уже перенасыщен, поскольку туда экспортируется продукция из ЕС, Японии, Южной Кореи, а также используется продукция внутреннего рынка [3].

Вместе с тем, занятость трудоспособного населения в автомобилестроении, а так же в смежных отраслях, является так же немало важным показателем развития национального сегмента мирового автопрома.

В зарубежных странах в автомобилестроении, а так же в смежных отраслях, высокий показатель занятости, так, например, в США занято около 12,5 млн. чел., т.е. одна шестая часть занятых в промышленности. В автомобильной промышленности стран Европейского союза (ЕС) занято около 1,7 млн. человек, т.е. фактически около 10% совокупного числа занятых в промышленности региона [4].

Автомобилестроение России занимает ведущее место в экономике страны (23% в общем объеме продукции машиностроения), обеспечивает занятость в различных отраслях промышленности и сфере услуг более 7% трудоспособного населения [1].

Многие российские автозаводы являются градообразующими предприятиями, которые не только пополняют местные бюджеты за счет налогов, но также строят социальную инфраструктуру региона, финансируют социальные программы. Так, доля «АВТОВАЗ» в бюджете Самарской области оставляет около 40%, а в ВВП страны – 3% [2].

В этой связи крупным автомобильным предприятиям России в существующих условиях снижения доли рынка и потери конкурентоспособности, необходимо разрабатывать приоритетные направления, направленные на опережение существующих тенденций.

Рассмотрим основные процессы развития, в рамках приоритетных направлений, позволяющие усилить конкурентные позиции ОАО «АВТОВАЗ» (табл. 5).

Конкурентные направления ООО «АВТОВАЗ» в 2013- 2014 г.

Группа	Направления	Цель
Характеристики производства	1. Модернизация - повышение потребительских свойств автомобилей, в т.ч. по результатам мониторинга степени удовлетворенности потребителей эксплуатационными характеристиками автомобилей.	Удовлетворение потребительских потребностей
	2. Снижение себестоимости, в т.ч. по унификации деталей кузова, интерьера, электронных систем автомобилей.	Снижение затрат
	3. Разработка, подготовка и реализация автомобильных проектов, таких как: - Проекты по техническому развитию существующих моделей (Новая LADA Kalina, LADA Kalina Cross, LADA Granta (хэтчбек, седан), LADA Largus), т.д. - Совместные автомобильные проекты: автомобиль на платформе LADA Kalina по заказу Nissan (Datsun On-Do), (Datsun Mi-Do), Проект XRAY (ВМ – Hatch), Проект XRAY- Cross (В – Cross). - Проект «Силовые агрегаты»: Локализация двигателя H4, двигатель 21129/11189, двигатель 21179-10/21174 и т.д. - Проект «Локализация узлов шасси»: Локализация узлов шасси для автомобилей на платформе В0, Узлы шасси для автомобилей на платформе LADA Vesta, Узлы шасси для автомобилей на платформе LADA XRAY.	Техническое развитие, соответствие мировым стандартам качества выпускаемой продукции.
Интеграция	1. Разработки программ по привлечению локализованных поставщиков комплектующих, создания технопарка в Тольятти совместно с региональными и муниципальными органами власти.	Наращивание собственной базы поставщиков
	2. Достижение корпоративной эффективности, выработка более рациональной политики управления с помощью перераспределения капитала, смены управленческого состава, совершенствования внутрикорпоративных процессов.	Обеспечение более высокой рыночной стоимости ООО «АВТОВАЗ».
	3. На основании заинтересованности в высоких результатах сосредотачиваются ресурсы и действия интегрирующихся субъектов. В результате вертикальной и горизонтальной интеграции возможно получение операционной синергии путем углубления специализации хозяйственных процессов.	Получение положительной синергии
	<i>Конкурентные направления в рамках внешнего рынка:</i> - осуществление поиска дополнительных рынков сбыта автомобилей, наращивание	Расширение доли рынка

Рынки сбыта	<p>экспорта в страны Таможенного союза и развивающиеся страны ближнего и дальнего зарубежья;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в случае снижения спроса на внешних рынках, производить переориентацию производства на востребованную рынком продукцию;</li> <li>- производить продукцию соответствующую регламентированным требованиям безопасности и экологичности продукта;</li> <li>- внедрять новое опциональное оборудование с целью улучшения технических и топливно-экономических характеристик продукта;</li> <li>- развивать собственные сборочные производства в перспективных странах экспорта.</li> </ul>	
	<p><i>Конкурентные направления в рамках внутреннего рынка:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить переориентацию производства на востребованную рынком продукцию;</li> <li>- внедрять договоры с авторизованными дилерскими центрами с новыми формами оплаты и условиями поставки автомобилей;</li> <li>- выводить на рынок оригинальные спецверсии автомобилей текущего модельного ряда;</li> <li>- развивать программы корпоративных продаж и госзакупок;</li> <li>- развивать систему заказов автомобилей через корпоративный интернет-сервис;</li> <li>- продвигать и развивать программы по поддержке отечественных автопроизводителей;</li> <li>- совершенствовать собственную систему логистики при поставке автомобилей в авторизованные дилерские центры посредством диверсификации способов доставки готовой продукции в различные регионы.</li> </ul>	Повысить уровень продаж
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- развивать собственную систему автокредитования;</li> <li>- проводить мероприятия по стимулированию продаж;</li> </ul> <p>осуществлять мероприятия по повышению уровня осведомленности потребителей о продукте;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить активные коммуникационные рекламные мероприятия;</li> <li>- эффективно выстраивать маркетинг и логистику по сокращению и наращиванию производства в зависимости от потребностей рынка, обеспечению дилеров автомобилями в достаточном и необходимом количестве.</li> </ul>	Повысить имидж производимой продукции, расширить рынок сбыта

Источник: составлено автором по данным официального сайта ОАО «АВТОВАЗ» // <http://www/lada-auto.ru/>, ежеквартальный отчет за 3 квартал 2014 года, Режим доступа: - <http://disclosure.skrin.ru/disclosure/6320002223>.

По данным таблицы видно, что конкурентные направления ОАО «АВТОВАЗ» ориентированы на опережение негативных тенденций. Основными направлениями, являются: потеря конкурентоспособности на внешних и внутренних рынках, уменьшение доли рынка, влияние политических, экономических рисков.

Недавний кризис показал, что снижение темпов развития в автомобильной промышленности ведет к росту общей безработицы, а так же обострению социальной напряженности. Неэффективность существующих механизмов управления развитием интегрированных систем проявляется, прежде всего, в слабой согласованности структурных механизмов.

В современном развитии мировой экономики в условиях глобализации в машиностроении проявляются такие тенденции, как: обострение конкурентной борьбы; рост расходов на НИОКР; снижение темпов прироста продаж; интеграция автопроизводителей, формирование потребительских предпочтений, крупноузловая сборка и пр.

Таким образом, мировая автопромышленность занимает ведущее место в развитии национальных экономик, именно поэтому необходимо разрабатывать и внедрять такие конкурентные направления развития, которые направлены на опережение существующих тенденций.

### Список литературы

1. Афоничкин А.И., Пустынникова Е.В. Процессы интегрированного управления в корпоративных системах. Монография. Ульяновск: Изд-во УлГУ. 2010. 348 с.
2. Журова Л.И., Шехтман А.Ю. Влияние стадии жизненного цикла на формирование стратегии развития интегрированной корпоративной системы // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №3. URL: [www.science-education.ru/109-9226](http://www.science-education.ru/109-9226) (дата обращения: 20.02.2015).
3. Королев П. А. Методология оценки конкурентоспособности транснациональных корпораций в мировой автомобильной промышленности // Сборник трудов XVII Международной научно-практической конференции «Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития». 14.02.2014. Новосибирск: Изд-во ЦРНС. 2014. С 78-86.
4. Пасько А.В. Параметры и факторы развития мирового автомобилестроения в начале XXI столетия // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2014. №27. С.27-34.

5. Смирнов Е.Н. Автомобильные корпорации Германии: современные стратегии развития. М.: «Компания «Спутник плюс». 2004. 140 с.
6. Шехтман А.Ю. Особенности развития автомобильных кластеров в посткризисный период // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. Серия «Экономика». 2012. №27. С. 161-171.

**Рецензенты:**

Афоничкин А.И., д.э.н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и информационных технологий в экономике Волжского университета имени В.Н. Татищева, г. Тольятти;

Искосков М.О., д.э.н. профессор кафедры менеджмента организации Тольяттинского государственного университета г. Тольятти.