

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**МЕСТО И РОЛЬ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ
АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
очной формы обучения, группы 06001408
Бредихина Алексея Андреевича

Научный руководитель:
к.э.н., доцент кафедры
мировой экономики
Лукша И.М.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы функционирования мирового рынка автомобильной промышленности	6
1.1. Сущность и особенности функционирования мирового рынка ...	6
1.2. Методические аспекты исследования мировых рынков автомобильной промышленности	11
Глава 2. Особенности реализации экспортного потенциала Российской Федерации на мировом рынке автомобильной промышленности.....	18
2.1. Анализ состояния мирового рынка автомобильной промышленности	18
2.2. Динамика развития автомобильной промышленности в РФ	32
2.3. Анализ экспорта РФ на мировом рынке автомобильной промышленности	43
Глава 3. Основные проблемы и направления укрепления позиций Российской Федерации на мировом рынке автомобильной промышленности.....	50
3.1. Проблемы развития автомобильной промышленности в Российской Федерации.....	50
3.2. Пути укрепления позиций российской федерации на мировом рынке автомобильной промышленности	53
Заключение	64
Список использованных источников	69
Приложения	79

ВВЕДЕНИЕ

Автомобильная отрасль является одним из важных секторов в современной экономике России. Состояние автомобильного рынка оказывает значительное влияние на национальную экономику в целом. Это связано, прежде всего, с тем, что автомобильная промышленность способствует возникновению мультипликативного эффекта в экономике, а также является наукоемкой и высокотехнологичной. Инновации, внедряемые в автомобильной промышленности, ведут к совершенствованию и других отраслей, что в итоге приводит к подъему экономики в целом.

Важность автомобильной промышленности на сегодняшний день объясняется объективной необходимостью в обеспечении независимости страны, а также размером прибыльности от продаж, как на внутреннем, так и на мировом рынке. Все это в совокупности выводит автомобильную промышленность на одну из передовых позиций в мировой экономике. Исходя из этого, следует заинтересованность государства в обеспечении стабильности и развития рынка.

Роль автомобильной промышленности на макроэкономическом уровне тесно связана с укреплением и стабилизацией денежной системы, выявлением спроса потребностей данной продукции для промышленности в целом. Одновременные показатели большого объема выпуска продукции и, вместе с этим, высокий уровень технологий производства – всё это показатели преимуществ автомобилестроения в материальной сфере любой развитой страны. Конъюнктура национального внутреннего рынка автомобилей – основной показатель благосостояния страны, а также мощный индикатор рыночных отношений в современной системе экономики. Государство, анализируя тенденции рынка автомобилей и факторы, которые на него влияют, может поддерживать отечественную автомобильную отрасль и стимулировать ее развитие.

Место и роль России на мировом рынке автомобильной промышленности уделяли внимание многие ученые экономисты, такие, как И. Т. Абдукаримов, И. С. Алексеев, Э. А. Арустамов, А. Ю. Архипов, Э. П. Бабин, В. А. Баринов, О. И. Дягтерова и многие другие.

Целью исследования является изучение места и роли России на мировом рынке автомобильной промышленности.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить сущность и особенности функционирования мирового рынка;
- рассмотреть методические аспекты исследования мировых рынков;
- провести анализ состояния мирового рынка автомобильной промышленности;
- рассмотреть динамику развития автомобильной промышленности в РФ;
- проанализировать экспорт РФ на мировом рынке автомобильной промышленности;
- выявить проблемы развития автомобильной промышленности в РФ;
- наметить пути укрепления позиций российской федерации на мировом рынке автомобильной промышленности.

Объектом исследования является международный рынок автомобильной промышленности.

Предметом исследования является место России на международном рынке автомобильной промышленности.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов в области автомобильной промышленности, экономического анализа, теории организации управления; законодательные и нормативные документы России, официальные данные ЦБ РФ, других органов государственного и регионального управления; аналитическая информация научно-

исследовательских учреждений; монографические исследования и научные публикации.

В работе были использованы следующие методы исследования: системный, комплексный и динамический подходы, традиционный анализ документов, наблюдение, статистические и математические методы обработки информации.

Информационной базой исследований стали законодательные акты, нормативные документы регулирующие сферу автомобильной промышленности, доклады, отчеты, статистические данные, научные публикации, методическая и учебная литература.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации различных подходов к теоретическим основам функционирования мирового рынка.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении основных проблем и направлений укрепления позиций Российской Федерации на мировом рынке автомобильной промышленности.

Новизна работы заключается в систематизации различных подходов к теоретическим основам функционирования мирового рынка.

Практическая значимость работы заключается в определении путей укрепления позиций российской федерации на мировом рынке автомобильной промышленности.

Хронологическими рамками исследования стал период 2013-2017 гг.

Полученные выводы и предложения могут быть использованы в качестве дополнений и расширений существующих программ и стратегий развития автомобильной промышленности РФ.

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА

1.1. Сущность и особенности функционирования мирового рынка

Мировой рынок является важной составной частью мирового хозяйства и экономики, поэтому проведем анализ понятие и особенностей мировой экономики, места мировых рынков, их особенностей и структуры.

Мировая экономика – это общее количество национальных хозяйств, которые взаимосвязаны друг с другом, и участвующие в международном разделении труда [6, с. 24].

Мировая международная экономика – это совокупность экономических отношений на международном уровне, которые обеспечивают связь между всеми национальными хозяйствами.

Основными элементами международной экономики являются:

- торговля;
- финансовые отношения;
- распределение трудовых и материальных ресурсов [6, с. 42].

Характерные черты современной мировой экономики

1) Целостность. Все составляющие элементы системы экономически взаимодействуют между собой на довольно устойчивом уровне. Только в этом случае финансовая система может развиваться и осуществлять саморегуляцию совершаемых операций.

2) Иерархичность. Между странами существует определенное разделение в зависимости от достигнутого уровня социально-экономического развития. Страны с развитой экономикой имеют самое большое влияние на систему мировой экономики, занимают лидирующие позиции на мировых рынках.

3) Саморегуляция и адаптация. Этот принцип основывается на рыночном механизме спроса и предложения. Также необходимо и

межгосударственное, и государственное регулирование данных взаимоотношений. Развитие мировой экономики привело к тому, что значительно усилилась взаимосвязь и взаимопомощь национальных хозяйств друг от друга. Этот фактор проявляется в глобализации мирохозяйственных отношений [7, с. 49].

Главными составляющими мирового хозяйства считаются национальные экономики. Взаимосвязь между ними осуществляется с помощью трансграничного передвижения информации, товаров, услуг, капиталов, рабочей силы и результатов интеллектуальной деятельности.

Субъектами мирового хозяйства называют хозяйствующие единицы, которые могут осуществлять свою производственную деятельность на международном рынке.

Основными субъектами мировой экономики являются:

- государство;
- транснациональные компании;
- международные экономические корпорации [11, с. 37].

Главным субъектом, безусловно, является государство. Уровень его развития неразрывно связан с национальным хозяйством.

Рассмотрим, как влияет государство на мировую экономику:

- прямо или косвенно определяет структуру и объем капиталовложений;
- через инструменты денежно-кредитной политики влияет на потребление частного сектора и инвестиционный процесс. Целый ряд отраслей народного хозяйства зависят от государственных дотаций. В частности, это аграрный бизнес, научно-исследовательская деятельность;
- государство – это главный работодатель, обеспечивающий занятость населения [10, с. 68].

Особое место в мировой экономике занимают транснациональные компании. Данные корпорации выпускают одну четвертую от всего объема продукции. Очень часто крупнейшие транснациональные компании по

объемам выпуска своей продукции превышают размер ВВП некоторых стран с развивающейся экономикой. Данные корпорации имеют огромное влияние на экономику стран пребывания.

Важнейшие экономические организации: Международный банк реконструкции и развития, Международный валютный фонд. В составе со своими дочерними компаниями Международной ассоциацией развития и Международной финансовой корпорацией Банк Реконструкции и Развития образует группу Всемирного банка. Он занимается кредитованием значимых проектов в странах с переходной или развивающейся экономикой.

Роль мировой экономики для таких стран переоценить невозможно. В конце прошлого тысячелетия ООН были обозначены 8 основных целей, которые должны были решить международные финансовые институты. Они были выполнены к 2015 году.

В частности перед Мировым банком были поставлены следующие задачи:

- ликвидировать в бедных странах голод и нищету;
- все детям должна быть предоставлена возможность получения начального базового образования;
- обеспечить равенство между женщинами и мужчинами, расширить права женщин;
- снизить уровень детской смертности;
- улучшить условия охраны материнства;
- эффективная борьба с малярией, СПИДом и другими опасными заболеваниями;
- обеспечить устойчивое развитие окружающей среды;
- сформировать глобальное партнерство в целях развития мировой экономики [13, с. 49].

Характерными чертами современного мирового хозяйства являются:

- перемещение различных видов капитала (финансовых ресурсов, технологий и персонала) между странами;

- увеличение международных форм производства в компаниях, расположенных в различных странах (образование совместных и транснациональных компаний);

- экономическая политика государства, которая предусматривает поддержку международного товарооборота на одно- и многосторонней основе;

- появление экономики открытого типа в рамках межгосударственных объединений и многих стран [13, с. 76].

В мировой экономике очень часто встречается такое понятие, как открытая экономика. Ей характерны следующие особенности:

- она интегрирована в систему мировых хозяйственных связей, при которых любой субъект хозяйствования имеет право проводить экспортно-импортные операции и заключать финансовые сделки;

- страна с открытой экономикой открывает свои границы для свободного импорта товаров и финансовых ресурсов из других государств, а также она свободно экспортирует свою продукцию в другие страны [14, с. 94].

Открытая экономика имеет следующие преимущества

- происходит углубление международной специализации и кооперирования производства;

- ресурсы распределяются более рационально и эффективно используются;

- страны используют мировой опыт через систему международных экономических отношений;

- усиливается конкуренция между внутренними производителями на фоне высокой конкуренции на мировом рынке [19, с. 103].

Перейдем теперь к определению места и роли рынка в мировой экономике.

Рынок – это центральная категория любого экономического механизма, основанная на обмене продукции общественного труда. В экономической теории принято различать несколько типов рынка [27, с. 14].

Мировой рынок – сфера международного обмена товарами и услугами, в основе которого лежит международное разделение труда; в узком смысле – совокупность рынков отдельных стран, связанных друг с другом торгово-экономическими отношениями.

Основные черты мирового рынка представлены на рис. 1.1 [28, с. 84].



Рис. 1.1. Основные черты мирового рынка

Рассмотрим основные черты мирового рынка: в его основе лежит развитие рыночного хозяйства, выходящего в поисках сфер и объектов сбыта, эффективного международного взаимодействия в целом за национальные рамки; мировой рынок находит свое проявление в межгосударственном перемещении товаров, услуг и основных факторов производства (рабочей силы, капитала) под воздействием не только внутренних, но и внешних факторов спроса и предложения; мировой рынок

(в большей степени, чем внутренний) оптимизирует использование факторов производства, направляя их движение в наиболее эффективные сферы и отрасли рынка; мировой рынок выступает в качестве своеобразного фильтра, выбраковывающего из международного обмена те или иные товары, не соответствующие международным стандартам качества и не выдерживающие жестких требований международной конкуренции.

Таким образом, мировой товарный рынок – это область товарно-денежных отношений между государствами, которые основаны на международном разделении труда. Мировые товарные рынки формируются под воздействием множества факторов и имеют ряд особенностей: это рынки уже произведенных товаров, которые продаются за пределами национальных границ; на эти товары, перемещающиеся между странами, действуют не только внутренние, но и внешние спрос и предложение; эти рынки способствуют наиболее эффективному использованию факторов производства в тех или иных отраслях и регионах; благодаря им, из международного товарного обмена выходят товары, не соответствующие стандартам качества при данных конкурентных ценах. Каждая отдельная страна занимает определенное место на мировом рынке товаров. В следующем параграфе нами будет определено место и роль России на мировом товарном рынке.

1.2. Методические аспекты исследования мировых рынков автомобильной промышленности

Одной из ключевых проблем развития национальной экономики на современном этапе, осложненном режимом западных санкций, является эффективное развитие отечественной промышленности, в том числе автомобильной.

Имея достаточный кадровый и огромный ресурсный потенциал, Россия пока далека от масштабного инновационного развития автомобильной промышленности [1].

Низкий спрос на отечественную промышленную продукцию обусловлен:

- скудным предложением конкурентоспособной с мировыми образцами продукции;
- огромным физическим износом основных средств и многократно превышающим его моральным износом;
- недостатком и изношенностью объектов производственной инфраструктуры;
- значительной технологической отсталостью относительно передовых стран мира;
- относительно высоким уровнем составляющих издержек производства и, как следствие, высокой себестоимостью продукции;
- высоким налоговым бременем на производителей;
- низкой доступностью кредитных ресурсов для производителей;
- низким уровнем предпринимательской уверенности и т.д. [9 с. 42].

Проблемы развития отечественной промышленности в полной мере относятся и к российскому автопрому. Об этом, в частности, свидетельствует статистика продаж автомобилей в России. Если в 2012 году Россия занимала второе место в Европе по продаже автомобилей, уступая лишь Германии, то в 2015 году объемы реализации авто в нашей стране сократились по сравнению с 2014 годом практически в два раза.

Статистика объемов производства автомобилей в РФ с 2010 по 2017 год представлена на графике 1.1.

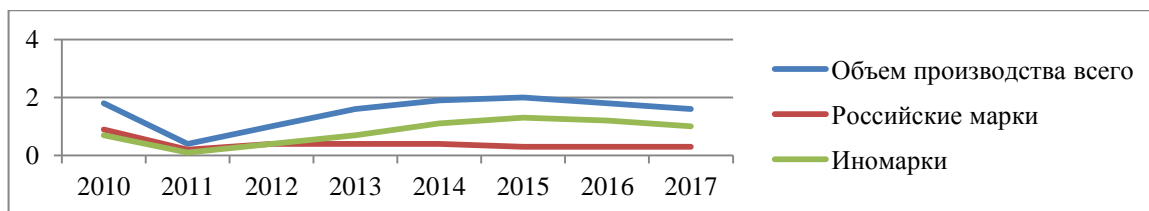


График 1.1. Объем производства автомобилей в России

Как свидетельствуют данные статистики (график 1), если общий объем производства автомобилей в России продолжает падать после пика в 2014 году (1,97 млн против 1,47 млн в 2010 году), то объемы производства российских марок до сих пор не могут достигнуть уровня 2010 года – 0,88 млн, и имеют средний темп спада 37,9 тыс. авто в год.

Структура производства автомобилей по странам Евросоюза за 2016-2017 гг. представлена на рисунке 1.2 [63].

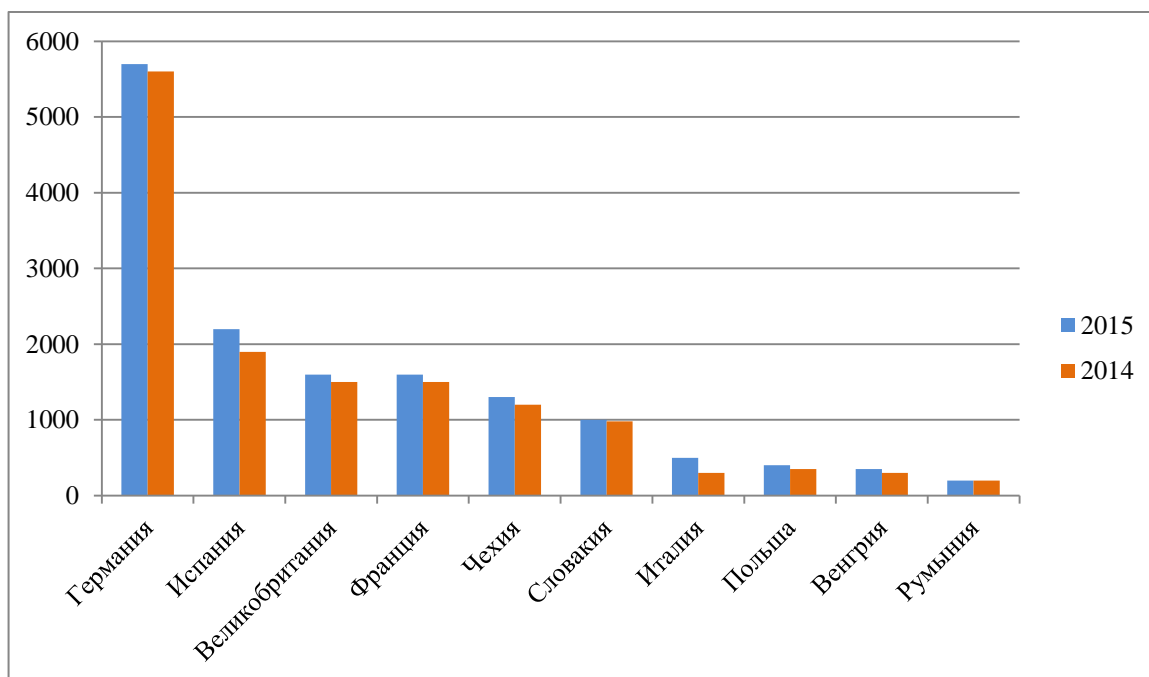


Рисунок 1.2. Динамика производства автомобилей по странам Евросоюза за 2016-2017 гг.

Если изучать Евросоюз по главным странам-производителям, то можно наблюдать следующую ситуацию: на страны, где базируются наиболее крупные автомобильные корпорации (Италия, Франция, Германия) приходится почти половина всего выпуска автомобилей. Германия выступает

лидером, она обеспечивает примерно 1/3 всего автомобильного производства Евросоюза [65].

Таблица 1.1

Объемы продаж автомобилей на мировом рынке по регионам

Регион	Доля в общем объеме продаж, 2017 г., %	Объем продаж, 2017 г., тыс. руб.	Объем продаж, 2016 г., тыс. руб.	Изменение 2017/2016, %
Всего	100	66312	64976	2
Иран	2	1055	1107	-5
РФ	2	1284	2287	-44
Южная Корея	2	1534	1360	13
Бразилия	3	2123	2504	-15
Индия	5	3206	2571	25
Япония	6	4216	4700	-10
США	11	7573	7919	-4
ЕС	22	14300	13014	10
Китай	32	21146	19701	7
Прочее	6	3748	4062	-8

На КНР, США и ЕС приходится наибольшая доля продаж (больше 60% в 2017 г.). Если, при этом, в ЕС и КНР вырос объем потребления, то в США он немного сократился.

Среди причин негативной динамики отечественного автопрома следует выделить недостаточный уровень аналитического сопровождения процессов развития автомобильной промышленности РФ на всех фазах ее циклического развития, начиная от маркетинговых исследований и планирования и заканчивая сбытом и послепродажным обслуживанием.

В этой связи несомненный интерес представляет рассмотрение вопросов применения статистической методологии к аналитическому сопровождению развития автомобильной промышленности РФ.

В частности, более глубокого рассмотрения требуют проблемы применения статистической методологии для аналитического сопровождения процессов развития автомобильной промышленности РФ в условиях западных санкций с целью определения потенциальных путей их решения и выбора наиболее рационального из них.

Методическими аспектами исследования мировых рынков автомобильной промышленности выступают:

- методы статистического измерения и наблюдения социально-экономических явлений, обработки статистической информации, оценка качества данных наблюдений, организация статистических работ;
- методология построения статистических показателей, характеризующих отраслевые экономические совокупности;
- методы обработки статистической информации, включая методы классификации и группировки, методы анализа социально-экономических явлений и процессов, статистического моделирования и прогнозирования на основе исследования экономической конъюнктуры, деловой активности участников рынка, выявления трендов и циклов развития отрасли;
- методология экономического мониторинга, статистического обеспечения управления развитием отрасли;
- методология построения балансов для отраслей;
- методология экономико-статистических исследований, направленных на измерение эффективности функционирования предприятий и отраслей;
- методы измерения финансовых и страховых рисков, оценки бизнес-рисков, принятия решений в условиях неопределенности и риска;
- методология финансово-экономических и актуарных расчетов;
- прикладные статистические исследования воспроизводства населения, сфер общественной, экономической, финансовой жизни общества, направленные на выявление, измерение, анализ, прогнозирование, моделирование складывающейся конъюнктуры и разработки перспективных вариантов развития отрасли автомобилестроения [49, с. 67-68].

В результате использования указанных методов предполагается обоснование основных положений нового методического подхода к формированию рационального набора статистических инструментов, обеспечивающих аналитическое сопровождение процессов интенсификации развития автомобильной промышленности:

– базирующегося на выявленных в процессе исследования эволюции методологии использования статистического анализа при развитии отраслей промышленности закономерностей и перспектив;

– заключающегося в определении рациональной совокупности статистических технологий аналитического сопровождения развития автомобильной промышленности РФ;

– обеспечивающего рациональное планирование процессов развития автомобильной промышленности на основе совместного использования метода Marketing mix, метода PDCA, метода измерения стоимости и производительности, основанных на действиях и объектах издержек (ABC, ABB) и др.

Практическая оценка потенциала аналитического сопровождения развития автомобильной промышленности с использованием различных статистических технологий позволит реализовать методические рекомендации по применению статистических технологий аналитического сопровождения развития автомобильной промышленности в России.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать следующие выводы. Мировой товарный рынок – это область товарно-денежных отношений между государствами, которые основаны на международном разделении труда.

Мировые товарные рынки формируются под воздействием множества факторов и имеют ряд особенностей: это рынки уже произведенных товаров, которые продаются за пределами национальных границ; на эти товары, перемещающиеся между странами, действуют не только внутренние, но и внешние спрос и предложение; эти рынки способствуют наиболее эффективному использованию факторов производства в тех или иных отраслях и регионах; благодаря им, из международного товарного обмена выходят товары, не соответствующие стандартам качества при данных конкурентных ценах. Каждая отдельная страна занимает определенное место на мировом рынке товаров.

Основу методологии исследования мировых рынков автомобильной промышленности составляют такие методы как:

- методы статистического измерения и наблюдения социально-экономических явлений, обработки статистической информации, оценка качества данных наблюдений, организация статистических работ;
- методология построения статистических показателей, характеризующих отраслевые экономические совокупности;
- методы обработки статистической информации, включая методы классификации и группировки, методы анализа социально-экономических явлений и процессов, статистического моделирования и прогнозирования на основе исследования экономической конъюнктуры, деловой активности участников рынка, выявления трендов и циклов развития отрасли;
- методология экономического мониторинга, статистического обеспечения управления развитием отрасли;
- методология построения балансов для отраслей;
- методология экономико-статистических исследований, направленных на измерение эффективности функционирования предприятий и отраслей;
- методы измерения финансовых и страховых рисков, оценки бизнес-рисков, принятия решений в условиях неопределенности и риска;
- методология финансово-экономических и актуарных расчетов;
- прикладные статистические исследования воспроизводства населения, сфер общественной, экономической, финансовой жизни общества, направленные на выявление, измерение, анализ, прогнозирование, моделирование складывающейся конъюнктуры и разработки перспективных вариантов развития отрасли автомобилестроения.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

2.1. Анализ состояния мирового рынка автомобильной промышленности

Структура промышленного производства мировой автомобильной отрасли постоянно изменяется. В промышленно развитых странах в последние годы осуществляется переход от крупносерийного выпуска одной или нескольких моделей к мелкосерийному выпуску расширенного ассортимента. Осуществляется это через изменение в сторону разнообразия модельного ряда на американском автомобильном рынке, а также уменьшение производства популярных моделей и увеличение выпуска новых моделей европейскими автомобильными компаниями.

Меняется маркетинговый подход в деятельности ТНК на мировом автомобильном рынке. Основной и наиболее существенной тенденцией развития маркетинга является глобализация мирового автомобильного рынка. Нынешний автомобильный рынок находится в стадии перенасыщения, идет кризис перепроизводства и уменьшение темпов роста спроса на рынках развитых стран.

Глобализация – это рост роли внешних факторов как экономических, социальных, так и культурных в национальном хозяйстве всех стран-участниц этого процесса, создание единого мирового рынка без каких-либо национальных барьеров и формирование единых юридических условий для всех стран. Если оптимизировать издержки производства, то автомобиль станет более доступным для людей. Вместе с капиталом сливаются воедино и различные технологии проектирования, разработок, производства и сбыта автомобилей, позволяя больше удовлетворять покупательские потребности.

В процессе исследования глобализации экономик различных стран, не стоит забывать о специфике и уникальности каждого отдельно взятого

автомобильного рынка страны или региона. Глобализация в мировой экономике совсем не означает глобализации потребительских вкусов. Каждый рынок обуславливает и сохраняет требования к характеристикам автомобилей, и, следовательно, смыкание автомобилестроительных компаний не должно отразиться на многообразии предложений для потребителей легковых автомобилей различных стран.

В наше время осуществляется поиск и создание принципиально новых сегментов на автомобильных рынках, так называемых промежуточных сегментов. Обозначенная тенденция связана с углублением процессов индивидуализации в функционировании автомобилестроительных компаний на автомобильных рынках отдельных стран. В результате возникает индивидуализированный комплекс маркетинга, т.е. применяются разные приемы маркетинга на автомобильных рынках тех или иных стран с учетом особенностей потребительского восприятия.

В мировой автомобильной промышленности приобретает важное значение борьба за безопасность автотранспортного средства, она требует мероприятий просвещенного маркетинга. Японские автомобили на сегодняшний день самые безопасные по оценке американской компании Consumer Reports. В список 48 самых ненадежных машин попали всего лишь 4 японские модели. К примеру, впервые во всех категориях автомобилей из 10, первенствующие позиции заняли японские производители Honda, Toyota, Subaru [80].

Все больше внимания уделяется вопросам экологии при эксплуатации автомобиля, требуются новые подходы, которые создадут экологический маркетинг. Основные проблемы реализации требований экологического маркетинга связаны с защитой окружающей среды, недостатком ресурсов, быстрым ростом и старением населения. Этот аспект становится важным фактором конкурентоспособности транснациональных корпораций. Производство экологичных автомобилей особенно значимо и выходит на

первый план для автопроизводителей развивающихся стран с переходной экономикой, включая Россию.

Мировой автомобильный рынок зависит во многом от развития автомобильных инноваций. К примеру, конкурируя с американскими и азиатскими компаниями, немецкие автопроизводители намерены опередить соперников за счет усложнения инновационной составляющей производимой продукции.

В автомобилестроении развиваются тенденции, связанные с эстетическим восприятием автомобилей: это дизайн, удобство эксплуатации, комфортабельность. Разработки в области дизайна сейчас выходят на первый план. Дизайнеры автомобилей пытаются удивить покупателя, например, соединением классов (внедорожник и универсал), дополнительными удобствами и комфортностью (крыши с огромными люками, поднимающиеся вверх двери), многофункциональностью интерьера (возможность сочетания в салоне автомобиля отдыха и работы).

Мировой автомобильный рынок охватывает автомобильные рынки, как отдельных стран, так и региональные, на которых существуют основные транснациональные корпорации автопроизводителей. Особенно среди современных рынков выделяются рынки промышленно развитых стран (Европа, Северная Америка и Япония), развивающихся стран (из списка АСЕАН, в том числе Индия и Китай), стран с переходной экономикой, прежде всего Россия [81].

Нынешний мировой автомобильный рынок развивается в условиях избыточного предложения, острой конкуренции и уменьшения спроса. Исходя из этих условий, автомобилестроительные компании, желающие лидировать на мировом рынке, вынуждены объединяться, концентрироваться и жестко сокращать издержки. Перспективы консолидированных компаний полностью предсказуемы, сложнее определить, что же ждет независимых автопроизводителей, которым с каждым днем все труднее "выживать" и конкурировать на локализирующемся мировом рынке автомобилей.

На сегодняшний день большое количество компаний принадлежат или состоят в альянсах с ТНК других стран. Лидерами являются General Motors, Toyota Motor Co., Renault/Nissan, Volkswagen AG, PSA Peugeot Citroen, Honda, Fiat Auto, Hyundai Motors, Daimler Chrysler [82].

Изменяются позиции крупных американских, европейских, азиатских автомобильных ТНК на мировом рынке. При острой конкуренции лишь корейские и японские автомобилестроительные ТНК фиксируют свои позиции на американском и европейском рынках легковых автомобилей. В Европе и США растут продажи легковых автомобилей, которые высоконадежны и экономичны и производятся в Японии или Корее. Также состояние европейских поставщиков затрудняется требованиями Европейской комиссии о минимальном количестве выбросов вредных веществ и сопротивлением профсоюзов программам реструктуризации отрасли. Исходя из этого, в идущем десятилетии прекращается процесс крушения олигополии, т.е. преобразование из рынка, обособленного тремя крупными автомобилестроительными ТНК (General Motors, Ford Motor и Chrysler), в рынок, где равные позиции занимают около 8 компаний.

Вопреки активизирующимся процессам глобализации на мировом автомобильном рынке некоторым странам удалось сохранить лидирующие конкурентные позиции на этом рынке. Особое значение в условиях жесткой конкуренции имеют сложившиеся традиции в автомобилестроении определенной страны [83].

Доминируют в мировом автомобилестроении пока американский автопром (уже порядка 100 лет), представленный Большой тройкой (Chrysler Group LLC, General Motors, Ford Motor Company), а с 1980-х гг. автопром Японии, лидерами которого являются Toyota, Nissan, Honda и др. Производства японских автомобилей в мире в 2016 году достигло 9,77 млн. шт., что превышает показателя 2015 года на 5,1 % (в 2015 году – 9,27 млн. штук). Экспорт японских легковых автомобилей в 2017 году был равен 4,57 млн. штук, в 2016 году – а 4,46 млн. автомобилей, рост показателя составил

3,5%. Доля экспорта японских легковых автомобилей от общего производства за период увеличилась с 45,7% до 49,3%. В 2017 году основным импортером автомобилей Японии стали США – 1,6 млн. штук, что выше показателя 2016 года на 35%; европейские страны – 735,5 тыс. штук (на 16,1%), ближневосточный регион – 684,9 тыс. штук (на 15%), и страны Азии – 529,3 тыс. штук (на 11,6%) [42].

Направления развития, которые сформировались в мировом автомобилестроении в последние годы, не изменились – основные мировые продуценты активно выводили свои мощности на территории стран с дешевой рабочей силой. Такая тенденция – рост размещения заводов на территории развивающихся стран – не снизит свои темпы. Появляющиеся рынки сбыта будут центром борьбы основных производителей – лидеров мировой автоиндустрии.

В условия глобализации, на современном этапе сильно проявляется острая конкурентная борьба, высокий темп роста расходов на НИОКР, а так же снижение продаж на уже устоявшихся рынках в промышленно-развитых странах. Американский, европейский и японский рынки (80% мировой реализации автомобилей) уже потеряли темпы своего роста. За период с 2000 – 2016 годов объем производства автомобилей увеличился на 32 %, при этом его география характеризовалась тем, что в 5 крупнейших странах-продуцентах (США, Японии, Германии, Франции и Италии) его сохранил тот же размер 33,5 млн. авто, а их удельный вес в мировом производстве снизилась с 73 до 58% [62].

В то время как центральные мировые рынки переживают застой, вперед вырываются такие развивающиеся страны, как Китай, Корея, Индия и Мексика. При этом, ряд «второстепенных», в недавнем прошлом, продуцентов, таких как Канада, Испания, Бельгия расширяют свое производство [37].

В перспективе – умеренный прирост мирового производства автомобилей будет осуществляться именно за счет развивающихся рынков.

Предпосылками этому будут служить эффективная инвестиционная политика стран, их географическое месторасположение, относительно дешевая рабочая сила и достаточно емкий внутренний рынок [18].

Мировые продажи легковых автомобилей в 2017 году составили 89,8 миллиона авто, что выше уровня 2016 года на 2,5% (самый низкий рост в 2016-2017 гг. – 1,5%) (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Продажи легковых автомобилей в мире (по регионам), млн. ед.

Страна, регион	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г./2013
Китай	19,1	21,4	23,1	24,4	25,7	6,6
США	14,5	15,6	16,5	17,5	18,0	3,5
Западная Европа	11,8	11,5	12,1	13,2	13,5	1,7
Индия	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0	0,2
Россия	3,2	2,8	2,5	1,6	1,6	-1,6
Мир в целом	79,5	82,8	86,3	87,6	89,8	10,3

Североамериканские продажи легковых автомобилей увеличились на 2,5% до 20,6 миллионов единиц в 2017 году, по причине продолжающегося восстановления на рынке США, где продажи достигли 18,0 млн. единиц (прирост 2,9%) [84].

Продажи легковых автомобилей в Китае выросли на 5,3% до 25,7 млн. в 2017 году. Однако, несмотря на более широкий доступ к кредитам, расширение дилерских сетей и программы утилизации, предполагающие стимулирование продаж, рост объема продаж легковых автомобилей снизился (рост в 2015-2016 гг. составил 5,6 %), вслед за замедлением роста всей китайской экономики. В целом, в настоящее время и в обозримой перспективе будут существенно укрепляться позиции Китая в мировом автомобилестроении, Ожидается, что к 2020 г. доля Китая в мировом производстве автомобилей достигнет 29% (в абсолютном выражении – 34,7 млн. единиц) [55].

Проанализируем динамику основных показателей автомобильной промышленности наиболее крупных стран производителей в процентном соотношении к мировому рынку на рис. 2.1-2.2 [35].

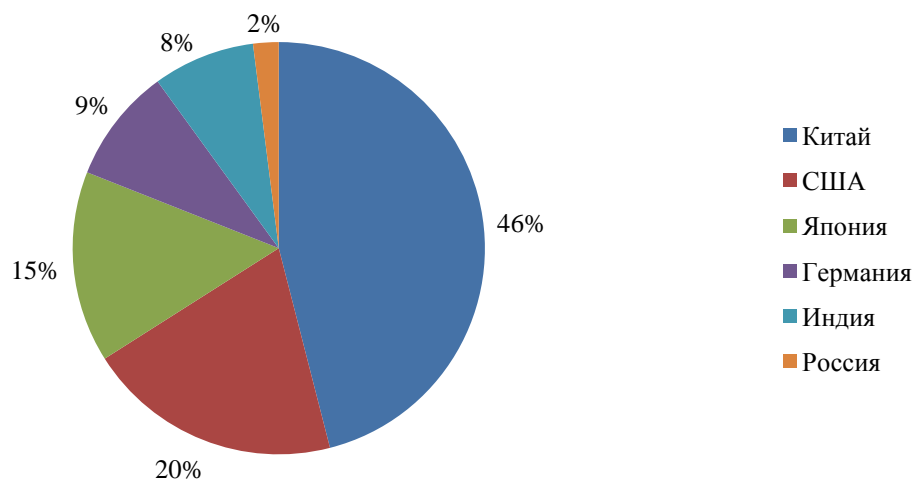


Рис. 2.1. Динамика производства новых автомобилей в 2017 году

Анализируя рисунки, можно сделать вывод, что наибольшее количество автомобилей как произведено, так и продано в Китае. При этом разница между лидирующей страной и Россией (которая занимает 16 место в рейтинге по производству и 14 место по продажам) составляет более 16 млн. единиц продукции и 27,5 млн. руб. соответственно.

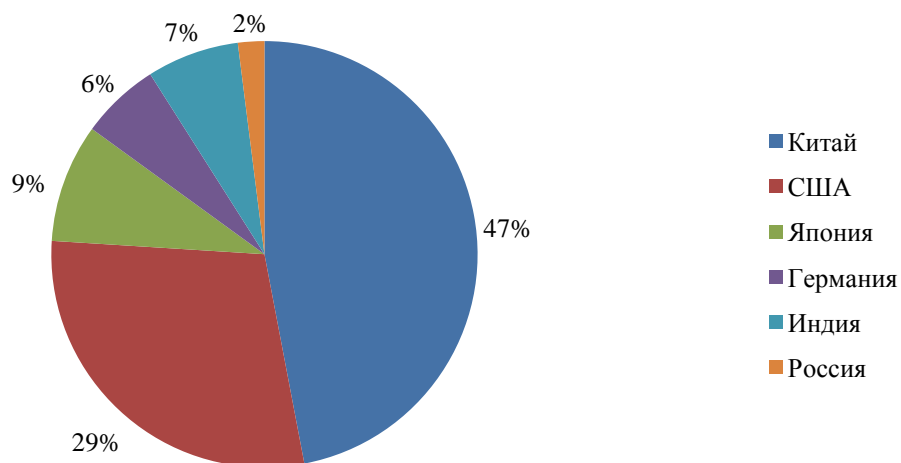


Рис. 2.2. Динамика продаж новых автомобилей в 2017 году

Продажи автомобилей в 2017 году в странах Западной Европы составили 13,5 млн. авто, что на 2,3% выше уровня 2016 года. Высокие темпы роста можно наблюдать в 2017 году в Индии – 7,1% по сравнению с 2016 годом, а на конец периода объем продаж легковых автомобилей в стране составил 3,0 млн. авто [35].

В 2016-2017 годах произошло снижение продаж в России на 36% по сравнению с 2015 годом до 1,6 млн. единиц, что в два раза меньше по сравнению с показателем 2013 года. Причинами таких изменений являются сохраняющиеся последствия низких цен на нефть, экономические санкции западных государств, наложенных на экономику России, и величина обменного курса рубля.

Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей увеличились по итогам 2017 года на 2,5% и составили 95,4 млн. автомобилей. Темп роста оказался ниже уровня 2016 года (4%) по следующим причинам:

- снижение продаж в Северной Америке на 1,5% после роста в предыдущем году вследствие сокращения спроса на рынках США и Мексики;
- снижение темпов роста автомобильного рынка в Азиатском регионе, преимущественно за счет замедления в Китае;
- замедление темпов роста автомобильного рынка Западной Европы по причине снижения спроса в Великобритании.

При этом важно отметить ускорение роста в Восточной Европе и Латинской Америке. В Восточной Европе рост наблюдался преимущественно благодаря началу восстановления рынка в России и продолжению положительной динамики в Польше и Чехии.

В Латинской Америке основной вклад в повышение показателей внесло начавшееся восстановление автомобильного рынка в Бразилии и продолжение роста в Аргентине.

Крупнейшим регионом по объему продаж автомобилей является Азия, где более 60% объемов приходится на Китай. Замедление роста в Китае с 10,8% в 2016 году до 1,9% в 2017 году связано с повышением налога на продажу автомобилей с 5,0% до 7,5%. Это оказывает существенное негативное влияние на сегмент автомобилей с объемом двигателя 1,6 литров и менее, которые составляют 67% от общего автомобильного парка в Китае.

Их владельцы относятся к самым низкодоходным слоям населения, которые наиболее чувствительны к изменению цен.

Несмотря на замедление темпов, Китай внес самый значительный вклад в рост мирового рынка, обеспечив четверть абсолютного прироста. Другими лидерами по вкладу в мировой рост являлись Индия (+14,2%), Япония (+11,7%), Бразилия (+10,2%), Аргентина (+7,5%) и Иран (+7,3%). Рынок Индии в 2017 году вырос на 10% и сохраняет перспективы для дальнейшего увеличения благодаря росту располагаемых доходов и спроса на автомобили со стороны сельских регионов, а также ввиду низкой плотности автопарка – на 1000 человек взрослого населения там приходится 34 автомобиля против 617 в Западной Европе.

Основными факторами роста в Японии стали низкая база продаж в прошлом году, ускорение роста экономики и перенос на 2019 год ввода налога на товары, который изначально предполагалось осуществить в апреле 2017 года. Дальнейший рост будет сдерживаться сокращением населения и повышением уровня использования общественного транспорта.

Рост рынка в Бразилии и Аргентине был связан с восстановлением национальных экономик, и он продолжится в 2018 году с учетом положительного макроэкономического прогноза. Рост продаж в Иране вызван позитивными явлениями в экономике после отмены санкций США в 2016 году и обусловлен невысокой текущей плотностью автопарка.

В ряде регионов со зрелой экономикой и развитыми автомобильными рынками в 2017 году наблюдался спад: в частности, в Америке (-1,9%), Великобритании (-5,6%) и Южной Корее (-0,4%). Спад в США после пика продаж в 2016 году

Состояние мирового рынка автомобилестроения был вызван подорожанием автомобилей и повышением процентных ставок. Основной причиной сокращения британского рынка стали замедление темпов экономического роста, повышение процентных ставок и налога на владение автомобилем, а также неопределенность, связанная с выходом страны из ЕС.

Мировой объем продаж грузовых автомобилей в 2017 году составил 3,2 млн. единиц, при этом на Китай пришлось около 45% продаж.

Таким образом, отрасль медленно осуществляет восстановление после глобального финансово-экономического кризиса, в то время как развитие во всем мире замедлилось, в том числе на фоне неопределенности в России и Южной Америке. В настоящее время автомобилестроение сосредоточило в себе самые передовые технологии массового производства и маркетинга. Ни один иной вид продукции не имеет такого хождения на вторичном рынке, как автомобили. Именно к этой отрасли относятся некоторые самые сильные торговые марки мира [36].

Итак, ключевыми факторами развития автомобильной отрасли на мировом рынке являются:

1. Потребность в автотранспорте возрастает с каждым днём, так как он облегчает решение различных хозяйственных задач.
2. Автомобильная промышленность в развитых странах является одной из наиболее прибыльных отраслей народного хозяйства, так как способствует повышению товарооборота и приносит государству немалые доходы за счет продаж, как на внутреннем, так и на мировом рынке.
3. Автомобильная промышленность является стратегически важной отраслью. Развитие этой отрасли делает страну экономически сильной и потому более независимой.

Все это в совокупности выводит автомобильную промышленность на одну из передовых позиций в мировой экономике.

В краткосрочной перспективе ожидается замедление роста продаж на мировом рынке в результате продолжающегося снижения спроса на автомобили в США, а также сокращения темпов роста экономик развивающихся стран. Одним из негативных факторов может стать спад активности на рынке Азии. Рост в Китае в 2018 году может быть ограничен в связи с возвращением налога на покупку новых автомобилей к уровню 2015 года (10%), а также с принятием мер по ограничению регистрации новых

автомобилей в крупных городах. Мировой объем продаж легковых и легких коммерческих автомобилей в 2018 году прогнозируется на уровне 97,4 млн. единиц, что на 2,2% больше, чем в 2017 году (рис. 2.3) [12].

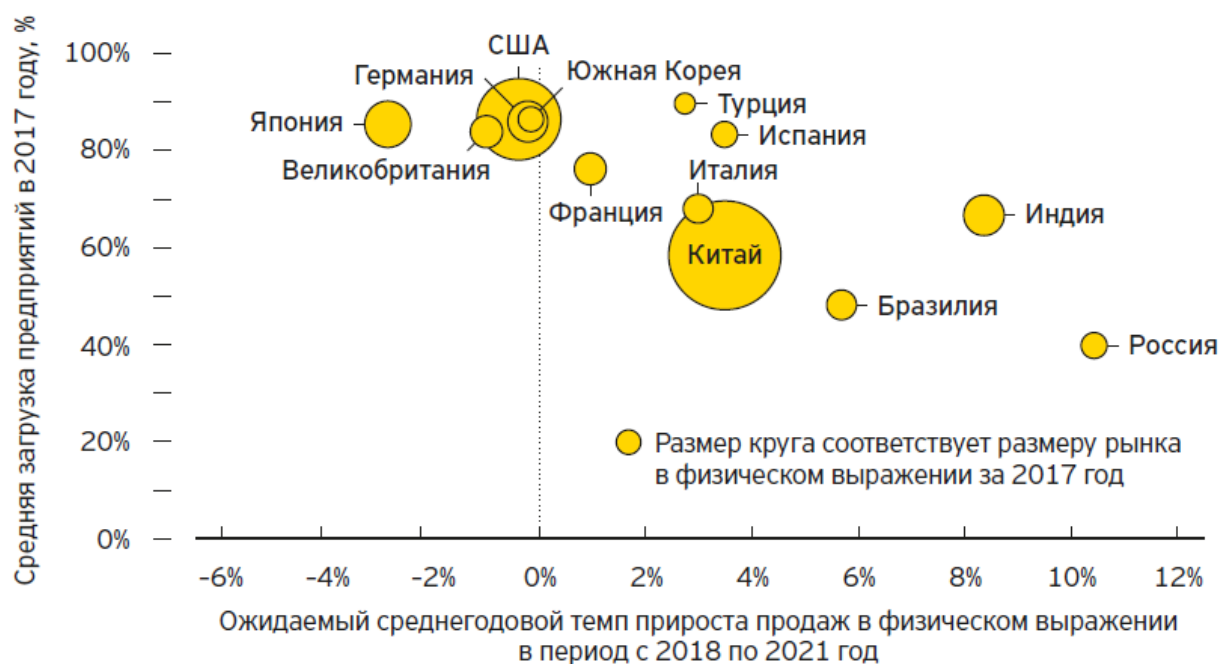


Рис. 2.3. Загрузка мощностей и ожидаемый темп роста продаж по странам в период с 2018 по 2021 год

Несмотря на то, что экономика еврозоны в целом адаптировалась к решению Великобритании о выходе из ЕС, условия выхода пока не согласованы. Неопределенность будет влиять на принимаемые бизнес-решения в ближайшие несколько лет, что связано с потенциальными рисками замедления роста на автомобильном рынке, как Великобритании, так и еврозоны – в случае реализации консервативного сценария. В Великобритании при этом в 2018 году прогнозируется дальнейшее снижение продаж, вызванное циклической рецессией и возможным ужесточением кредитной политики со стороны Банка Англии.

Китай и Индия останутся основными точками роста мирового спроса в краткосрочной и среднесрочной перспективе благодаря подъему национальной экономики и увеличению потребительских расходов при недостаточной насыщенности рынка автомобилями. Так, объем рынка Индии может удвоиться к 2027 году – до 8 млн. автомобилей.

Весомый вклад в рост мирового рынка в среднесрочной перспективе внесут Россия и Бразилия. В обеих странах в 2017 году началось восстановление: рынок России по итогам года вырос на 11,9%, рынок Бразилии – на 10%.

Эта тенденция в данных странах продолжится. Темпы роста будут зависеть от общей макроэкономической ситуации, а также от степени и видов поддержки автомобильной промышленности со стороны государства.

Авторынки таких крупных развитых стран, как Япония, Южная Корея и Австралия, не имеют значительного потенциала роста. Более того, в Японии в связи с сокращением численности и старением населения наблюдается снижение спроса на автомобили. Сдерживающими факторами являются высокий уровень развития общественного транспорта, высокая стоимость владения автомобилем, а также дефицит мест для парковки.

Сложной задачей, стоящей перед развивающимися странами, является создание транспортной инфраструктуры, способной обслуживать увеличивающийся парк автомобилей. Автомобильный рынок развитых стран в значительной степени ориентирован на замещение автопарка и больше зависит от настроений покупателей. При этом одним из ключевых трендов, влияющих на конфигурацию рынка, является активное развитие парка автомобилей с электро-двигателем со следующим прогнозом на ближайшие 10 лет [4].

Данная тенденция усиливается на фоне роста стоимости традиционного топлива ввиду восстановления цен на нефть, ужесточения экологического законодательства в ряде стран и государственного стимулирования сектора. Например, в Норвегии благодаря системе государственных стимулов продажи электрифицированных автомобилей к концу 2017 года сравнялись с аналогичным показателем по автомобилям с двигателями внутреннего сгорания.

По прогнозам компании EY, в 2025 году на долю автомобилей на альтернативном топливе (в том числе и электромобилей) придется 24% всех

продаж, при этом ключевыми регионами развития будут Китай и Европа. Китай уже сейчас является одним из лидеров в этой области, по итогам 2017 года в стране было продано 0,6 млн. электромобилей (+73% к 2016 году).

Указанная тенденция изменяет конфигурацию отрасли, приводя к углублению кооперации между производителями и к новым альянсам:

- BMW и Volkswagen – партнерство по развитию 100 зарядных станций, включая станции быстрой зарядки.
- BMW и Nissan – партнерство по развитию станций быстрой зарядки в США.
- Daimler и QUALCOMM – развитие технологии беспроводной зарядки.
- Audi, LG Chem и Samsung SDI – создание перспективных батарей для SUV в целях увеличения максимального пробега до 500 км [5].

Другим значимым направлением развития автомобильного рынка является создание автономных транспортных средств и совместное использование автотранспорта (car sharing) для оптимизации стоимости владения автомобилем. Согласно результатам наших исследований, до 66% автовладельцев в настоящий момент готовы к применению автопилота. Совместное использование автомобиля позволит увеличить его утилизацию до 25-30% по сравнению с 4-5% при личном пользовании. Развитие данных технологий сопровождается возрастанием объемов передаваемой автомобилем информации и, как следствие, ростом рынка телематики.

По прогнозам EY, в 2025 году доля автономных автомобилей может составить 15% от общемирового объема продаж всех автомобилей [33].

Как и прежде перспективным центром развития остаются страны БРИК (Россия, Китай, Индия и Бразилия). Рынок этих стран очень значим, потому что, если к 2016 г. продажи в развитых странах вырастут менее чем на 10% , то в БРИК продажи увеличатся в несколько раз. Согласно прогнозам VCG, рынки за пределами стран БРИК до 2020 г. будут демонстрировать ежегодные темпы роста продаж на 6% – примерно в 4 раза быстрее развитых

рынков. К 2020 г. 1/5 часть новых автомобилей во всем мире будет продаваться на развивающихся рынках за пределами БРИК. Речь идет о странах Юго-Восточной Азии (в первую очередь Индонезия), Ближнего Востока (Иран, Саудовская Аравия, Турция), Южной Америки (Аргентина, Чили, Колумбия) и Северной Африки (Алжир, Египет, Марокко).

Известно, что экспорт китайских автомобилей в основном в страны Ближнего и Среднего Востока и Европы увеличивается. Многие китайские компании разрабатывают и поставляют продукцию на рынки США и стран Евросоюза. Также одними из перспективных центров развития мировой автомобильной промышленности являются страны АСЕАН.

Планируется увеличение производственных мощностей ведущих автомобилестроительных транснациональных корпораций в странах Центральной и Восточной Европы: Словакия, Чехия, Венгрия, Польша. Это, главным образом, обусловлено более низкой заработной платой, составляющей примерно 25% от уровня, существующего в Западной Европе. Интересно, что каждая из этих стран имеет четко выраженные национальные преимущества. Лидером среди стран ЦВЕ является Чехия, у которой очень выгодное географическое положение, высокий уровень квалификации инженерно-технологического персонала, хорошая инфраструктура, внушительная база субподрядчиков и благоприятное инвестиционное законодательство.

Таким образом, в настоящее время одна из центральных особенностей развития глобализации мировой автомобильной промышленности – это ускоренное снижение числа производителей, в рамках их объединения и транснационализации производства. Основными показателями выживания компаний в современных условиях являются: возможность одновременной эффективной деятельности на нескольких рынках; конкурентоспособность и финансовая устойчивость; неоклассическая схема организации производства автомобилей.

Основными тенденциями глобализации современного автопрома являются: значительный рост оптимальных объемов изготовления продукции автомобильной промышленности; инвестирование крупными производителями автомобилей в развитие производственных мощностей размещенных на территории развивающихся стран; рост продаж автомобилей, работающих на альтернативных видах топлива; стандартизация и унификация всего модельного ряда; появление «гибких производств» в автомобилестроении.

Изменение предпочтений потребительского рынка повлекло за собой значительное изменение внешнеторгового оборота автопрома между странами. Стали активно создаваться крупные международные альянсы мировых автопроизводителей. Значительно вырос индекс транснациональности ТНК – лидеров автомобильной отрасли. Продолжается активный рост продаж азиатских брендов автомобилей на рынках ЕС и США. Происходит появление и активное развитие нового направления автомобильной индустрии – создание «бюджетного» автомобиля.

2.2. Динамика развития автомобильной промышленности в Российской Федерации

Оценивая существующее состояние автомобильной промышленности России, следует отметить, что после быстрого восстановления, которое наблюдалось в начале текущего десятилетия в России, рост автомобильного рынка в 2013 году замедлился, а в 2014 году началась его стагнация, которая была вызвана ухудшением макроэкономических показателей которую в свою очередь вызвали снижение продаж транспортных средств по всей России. В конце 2017 объем продаж легковых автомобилей и легкового коммерческого транспорта составил около 1,4 миллиона единиц.

По итогам 2017 года объемы продаж сократились (рис. 2.4-2.5), как и показатель, отражающий фактический валовый внутренний продукт,

предположительно достигнув дна. Положительной тенденцией является рост доли отечественных марок на фоне снижения доли импортных автомобилей [составлено автором на основе [73].



Рис. 2.4. Объем продаж транспортных средств в России, шт.



Рис. 2.5. Объем продаж транспортных средств во всем мире шт.

При этом продажи транспортных средств во всем мире выросли и составили 93,5 млн. шт. автомобилей в год. Общий парк автотранспортных средств вырос на 4,6 % в 2016 году, что говорит о положительных тенденциях в развитие отрасли по производству транспортных средств.

Прогнозы показывают, что возможно восстановление рынка начнется в 2017 году. Также прогнозируется будущее увеличение продаж транспортных средств до значения в размере два миллиона транспортных средств в год и продолжением роста данного показателя в будущем.

Оценивая состояние российской автомобильной промышленности в целом, можно сделать следующие заключения.

Значительное сокращение продаж автомобилей, обусловленное кризисом, не снижает долгосрочного потенциала российского автомобильного рынка, который достаточно высок, что вызвано низким показателем владения транспортными средствами, значительным возрастом эксплуатируемых транспортных средств.

Рынок может начать свое восстановление в 2018 году с возможным увеличением продаж до двух миллионов транспортных средств классифицируемых как легковые автомобили к 2020 году. Также ожидается дальнейшее продолжение роста.

К числу факторов, которые будут определять темп восстановления российского автомобильного рынка, следует отнести цену на нефть, курс рубля, размер процентных ставок по кредитным ресурсам, мероприятия по государственной поддержке и их эффективность, а также работы по снижению показателя стоимости эксплуатации и владения автомобилем [47, с. 102].

По показателю уровень распространения и применения кредитов на приобретения автомобилей, Россия значительно отстает от развитых стран. При этом понижение ключевой ставки Банка России, рост бизнеса кэптивных банков принадлежащих автоконцернам, а также постепенное восстановление российского потребительского рынка, в конечном счете, поспособствует

росту доли продаж автомобилей, в кредит, увеличивая рост потребительского рынка.

Финансовый кризис и стагнация привели к тому, что некоторые собственники дилерских центров принуждены закрывать дилерские центры или уходить с рынка.

К числу основных причин этой ситуации следует отнести, падение показателя «прибыль», в том числе из-за отсутствия или слабой диверсификации бизнеса, а также высокого уровня заемных пассивов в общей структуре пассивов предприятия. Параллельно с данной тенденцией происходит консолидация отраслевых активов и увеличение присутствия крупных игроков. В целях обеспечения сохранности бизнеса по продаже автомобилей на долгосрочную перспективу собственникам дилерских центров необходимо трансформировать бизнес модель с увеличением показателя диверсификации предлагаемых услуг и товаров, а также осуществлением инвестирования в такие направления как организация торговли по системе трейд-ин (подержанными автомобилями), а также организация продаж различных финансовых продуктов.

Российские производители в сегменте коммерческих автомобилей заняли доминирующее положение. Это позволило им увеличить занимаемую рыночную долю в условиях экономического кризиса. Следует отметить, что рынок тяжелых транспортных средств (грузовых автомобилей) более зависит от экономической конъюнктуры по сравнению с рынком легковых автомобилей. При этом следует отметить более высокую возможность восстановления Российского автомобильного рынка.

Также следует отметить значительные перспективы рынка автобусов России связанные со значительным возрастом автобусов, которые используются в целях осуществления пассажирских перевозок. Также следует отметить значительную поддержку со стороны государства данной отрасли.

Глобальные производители автомобилей продолжают осуществлять процесс локализации производства транспортных средств на территории России, при этом к числу главных препятствий, для широкой локализации производства комплектующих следует отнести отсутствие качественной базы производителей комплектующих второго, третьего и более низких уровней. Данная проблема должна решаться за счет государственной адресной поддержки российских производителей комплектующих, а также за счет объединения их активов и производственных мощностей и создания совместных предприятий с иностранными производителями в целях обеспечения доступа к наиболее современным технологиям.

При этом следует отметить, что стагнация объемов продаж автомобильных комплектующих и запчастей на вторичном рынке происходит значительно медленнее, за счет роста парка автомобилей даже в условиях кризиса.

Характеризуя рынок стран СНГ, необходимо отметить, что на нем отмечается стагнация, которая обусловлена ухудшением макроэкономической ситуации, а также девальвацией большинства национальных валют.

Касательно других стран СНГ наиболее высокие объемы продаж транспортных средств по итогам 2016 года наблюдаются на Украине. По показателю объем производства лидирует республика Узбекистан.

Необходимо отметить, что данным исследования компании EY для производителей автомобилей будут являться ключевыми следующие вопросы:

- цена автомобиля и стоимость владения им;
- усиление позиций банков, страховых и лизинговых компаний автопроизводителей;
- концентрация автопроизводителей на моделях премиального и внедорожного класса, а также на транспортных средствах, относящихся к категории А [5].

Как видно из вышеназванных вопросов для автопроизводителей является актуальным снижение стоимости автомобиля, чему в немалой степени может способствовать использование системы хеджирования валютных рисков.

Рассмотрев общее состояние автомобильного рынка России, перейдем к оценке и анализу существующих автопроизводителей в России.

Следует отметить, что на существующих российских производителях транспортных средств можно разделить на четыре основных вида.

К первой группе следует отнести традиционных производителей транспортных средств, это такие предприятия как публичное акционерное общество «КАМАЗ», публичное акционерное общество «АВТОВАЗ», публичное акционерное общество «ГАЗ». Данные предприятия характеризует наличие производственно-технологической базы имеющую высокую степень износа, недостаточный уровень технологий и гибкость производства, и профессионализм менеджмента [24].

Следует отметить, что, несмотря на указанные недостатки предприятий первой группы в настоящий момент осуществляют в основном при помощи иностранных компаний глубокую модернизацию производства, позволяющую им значительно повысить эффективность своей хозяйственной деятельности.

Предприятиям второй группы используют современные технологии, гибкое производство, а также передовой стиль управления используемый ведущими автопроизводителями. При этом следует отметить, что данным предприятиям не хватает эффекта масштаба для роста уровня локализации производства. К числу таких предприятий следует отнести общество с ограниченной ответственностью «ОАГ», общество с ограниченной ответственностью «Тагаз», предприятия входящие в группу «Соллерс».

Третью группу представляют иностранные производители транспортных средств такие как ДжиЭм М), Киа (Кза), Ниссан (Nissan), Форд (Бой). Данных производителей характеризует то, что они являются крупными

мировыми автопроизводителями с относительно недавним запуском производства транспортных средств на территории России, незначительными объемами производства, низким уровнем локализации и отсутствием центров инжиниринга.

Необходимо подчеркнуть, что транспортные средства производимые производителями данной группы на территории РФ относятся к автомобилям, произведенным в России, но формально не могут являться отечественными автомобилями. Также основными бенефициарами от производства данных автомобилей на территории являются иностранные государства, в которых расположены данные глобальные производители автомобилей.

Третью группу представляют производители транспортных средств, осуществляющие прямой импорт. Они имеют свое присутствие на рынке во всех категориях автомобилей. При этом объем продаж продукции производителей этой категории значительно зависит от мер регулирования предпринимаемых государством путем установления различных тарифов или нетарифного регулирования. Необходимо отметить, что доля таких производителей в результате мер предпринимаемых правительством России значительно сокращается.

Структура производства транспортных средств по указанным группам показана на рисунке 2.6 [12].

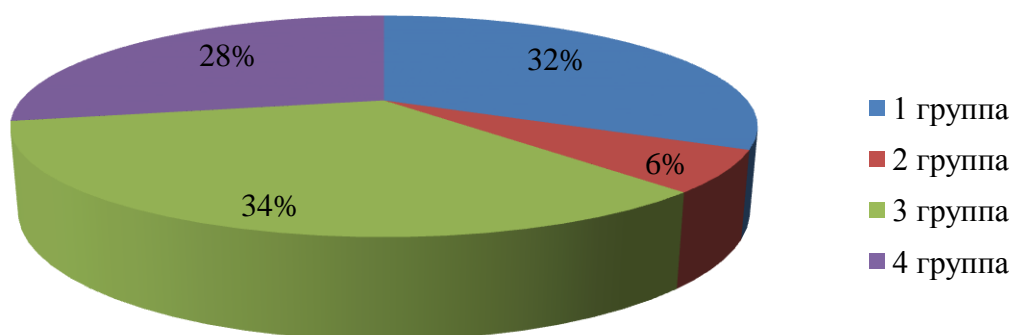


Рис. 2.6. Структура производств транспортных средств по группам в %

Главная проблема традиционных производителей транспортных средств в России связана с тем, что российский покупатель отдает выбор той или иной марке транспортного средства не из приверженности к бренду, а исходя из соотношения цена/качества по которому отечественные бренды значительно уступают зарубежным.

Также проблемами отечественных производителей транспортных средств являются низкие показатели качества комплектующих и отдельных материалов, например металла. Высокий износ оборудование, устаревшие технологии производства, неэффективное управление персоналом, маленький ассортимент производимой продукции, незначительный объем продаж за рубежом.

Несмотря на вышеуказанные проблемы, большинство экспертов оценивают перспективы развития российской автомобильной промышленности.

Как видно из рисунка 2.7 и рисунка 2.8 при развитии российской автомобильной промышленности основная роль будет принадлежать производству легковых автомобилей [12].

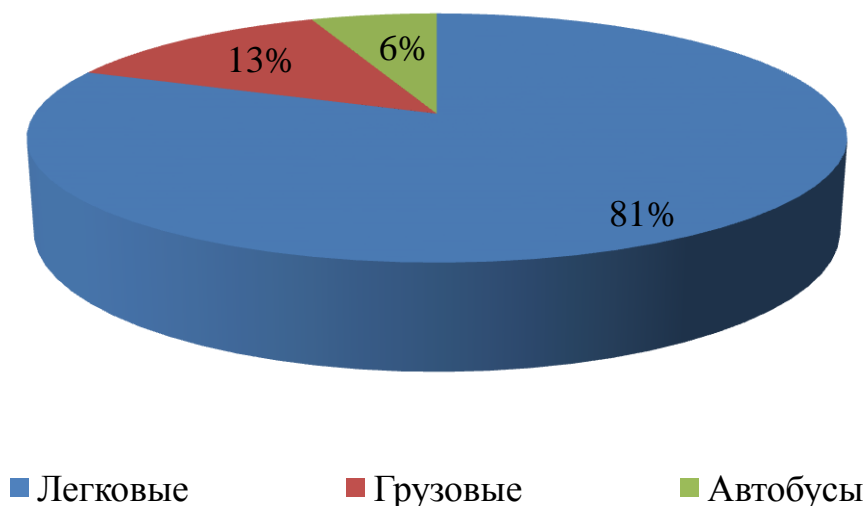


Рис. 2.7. Предполагаемые показатели российской автомобильной промышленности с учетом определенных экспертами перспектив к 2020 году, %.

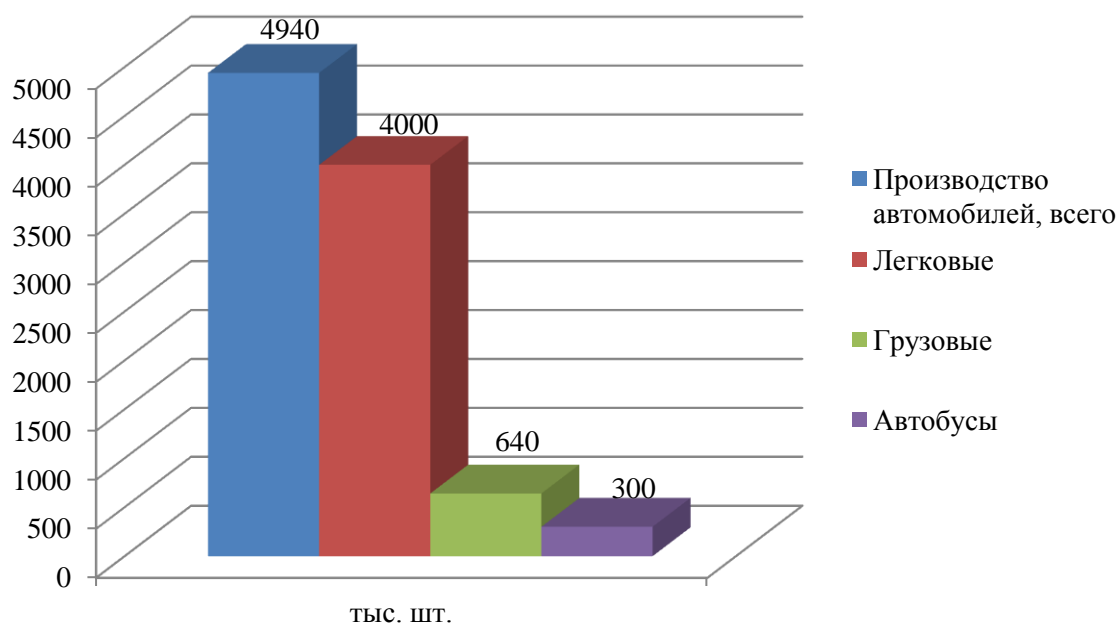


Рис. 2.8. Предполагаемые показатели российской автомобильной промышленности с учетом определенных экспертами перспектив к 2020 году, тыс. шт.

Необходимым условием успешной реализации данного прогноза является поддержка государства, которое на данный момент достаточно активно реализует мероприятия по поддержке отечественных производителей транспортных средств.

Проанализировав состояние автомобильной промышленности в целом, перейдем к анализу динамики хозяйственной деятельности российских предприятий – производителей транспортных средств.

Как уже было отмечено выше, в 2017 году снижение продаж на российском рынке легковых автомобилей составило 36,0 %, по сравнению с показателем 2016 года (табл. 2.2). Объем продаж снизился на 890 тысяч единиц [12].

Таблица 2.2

Топ-10 автомобильных компаний по продажам в РФ, тыс. ед.

Компания	2016 г.	2017г.	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Lada	387,3	269,1	-118,2	69,5
Kia	195,7	163,5	-32,2	83,5
Hyundai	179,6	161,2	-18,4	89,8
Renault	194,5	120,4	-74,1	61,9
Toyota	162,0	98,1	-63,9	60,6
Nissan	162,0	91,1	-70,9	56,2
VW	128,1	78,4	-49,7	61,2
Skoda	84,4	55,0	-29,4	65,2
GAZ LCV	69,4	51,2	-18,2	73,8
UAZ	49,8	48,7	-1,1	97,8

С точки зрения реализации конкретных автомобильных марок лидером на российском рынке является Лада. За период 2016-2017 гг. уменьшение продаж бренда составило 31 %, до 269,1 тыс. авто. Этому частично помог недавний запуск продаж новой серии Vesta. При этом компания потерпела в результате сокращения продаж Kalina, которую вытеснила с рынка Granta, как более дешевая модель начального уровня. Granta стала самым популярным и продаваемым в России автомобилем, опередив ранее лидировавших Kia Rio и Hyundai Solaris [10].

Второе место у Kia – объем продаж на российском рынке составили 163,5 тыс. единиц, что ниже показателя 2016 года на 16,5 %., при этом лидером стала Rio. Hyundai определился на третьем месте в списке лидеров. Он оказался более устойчивым с точки зрения общего сокращения объемов продаж на рынке в России в 2017 году, ее продажи достигли 161,2 тыс. авто, снижение по сравнению с предыдущим годом равно 10,1 %. Это связано с достаточно высокими показателями второй модели-лидера в России в 2017 году, Solaris. Продажи данной модели сократились за указанный период на 1224 единиц и составили 115,9 тыс. авто. Объем продаж Renault сократились на 38,1 %. Toyota стала пятой даже с более солидным падением продаж, чем на общем рынке: снижение на 39,4 % до 98,1 тыс. единиц, а лидерами продаж стали Camry и RAV4.

Сокращение российского рынка легковых автомобилей стало набирать темпы в 2017 году, несмотря на многочисленные планы правительства по стимулированию: программы утилизации транспортных средств, субсидируемые кредиты на покупку транспортных средств и прямая адресная финансовая помощь производителям и поставщикам. Экономика России продолжает бороться с теми негативными факторами, которые возникли в 2016 году и продолжали свою активность в 2017 году. Эти факторы значительно нивелировали действия мероприятий, которые правительство пыталось осуществлять, чтобы активизировать рынок легковых автомобилей, а не способствовало положительному росту [34, с. 130].

Ситуация, когда в такой сложной конкурентной обстановке производители и поставщики изменяют инвестиционные стратегии, не смогла не сказаться на крупнейшем автомобильном гиганте страны, как ОАО «АвтоВАЗ». Данная компания запустила продажи новых моделей Vesta и XRAY. В 2018-2019 гг. прогнозируется постепенное возрождение компании, которое может, продлится до конца десятилетия. Так, ОАО «АвтоВАЗ» разработало собственную программу развития до 2020 г., в которой прогнозирует рост объем продаж в два раза – до 1 млн. автомобилей в год для поддержания лидирующих позиций АвтоВАЗа на внутреннем рынке (не менее 25 %) [66].

Таким образом, в настоящее время российский автомобильный рынок восстанавливается после финансового кризиса как в количественном, и денежном выражении. Наибольшим источником роста рынка являются модели бюджетного сегмента, спрос на которые растет наиболее высокими темпами. По результатам 2017 г. после четырех лет падения российский автомобильный рынок показал рост на уровне 12,5%. В 2017 г. бренды показали разнонаправленную динамику: средний и массовый сегмент активно восстанавливались, тогда, как премиальный сегмент демонстрировал падение.

2.3. Анализ экспорта РФ на мировом рынке автомобильной промышленности

После продолжительного спада продаж в РФ, который начался в 2013 году, в 2016 году рынок достиг дна, а объем продаж легковых и легких коммерческих автомобилей приблизился к минимальной отметке за последние 10 лет (1,4 млн. единиц).

В январе-феврале 2017 года падение продолжилось, составив 4,5% по сравнению с январем-февралем 2016 года. С марта 2017 года началось восстановление рынка, а к маю 2017 года темпы роста увеличились до 14,7% по отношению к сопоставимому периоду 2016 года и до конца 2017 года находились в диапазоне от 14% до 18,6% в зависимости от месяца. Это обеспечило рост на 11,9% по итогам года.

Восстановление спроса происходило, несмотря на продолжение индексации цен производителями в целях компенсации отрицательного эффекта девальвации рубля. К концу 2016 года накопленный индекс цен по сравнению с 2014 годом составил около 40%.

В течение 2017 года средняя индексация была равна 5%, при этом рост средневзвешенных цен был меньше потребительской инфляции ввиду смещения спроса в сторону более бюджетных автомобилей.

По результатам 2017 года, как и в 2016 году, автомобильный рынок РФ все еще занимал пятое место среди европейских стран, уступая Германии, Великобритании, Франции и Италии. Значительный потенциал роста рынка обусловлен отложенным спросом, накопленным за 2013-2016 годы, низкой плотностью автомобильного парка, его изношенностью, а также трендом к восстановлению базовых макроэкономических показателей – цен на нефть, ВВП, реальных доходов населения, потребительской активности, доступности автомобильных кредитов.

Так, по итогам 2017 года количество легковых автомобилей в России на 1000 человек взрослого населения составляло 351 единицу, что на 43%

ниже, чем в среднем в Западной Европе (617 единиц), и на 55% ниже по сравнению с Северной Америкой (783 единицы). Средний возраст парка легковых и легких коммерческих автомобилей в РФ превышает 12 лет, что значительно больше показателя Западной Европы, где он составляет девять лет. Доля продаж автомобилей в кредит к концу 2017 года увеличилась до 48,9% по сравнению с 44% в конце 2016 года на фоне постепенного снижения процентных ставок и развития бизнеса кэптивных банков [76].

Потенциал рынка подтверждается продолжением реализации иностранными компаниями планов развития локального производства автомобилей и комплектующих. Так, в 2017 году началось строительство заводов Mercedes-Benz и Mazda Sollers, ряд компаний объявили новые планы развития производства в России (рис. 2.9) [12].

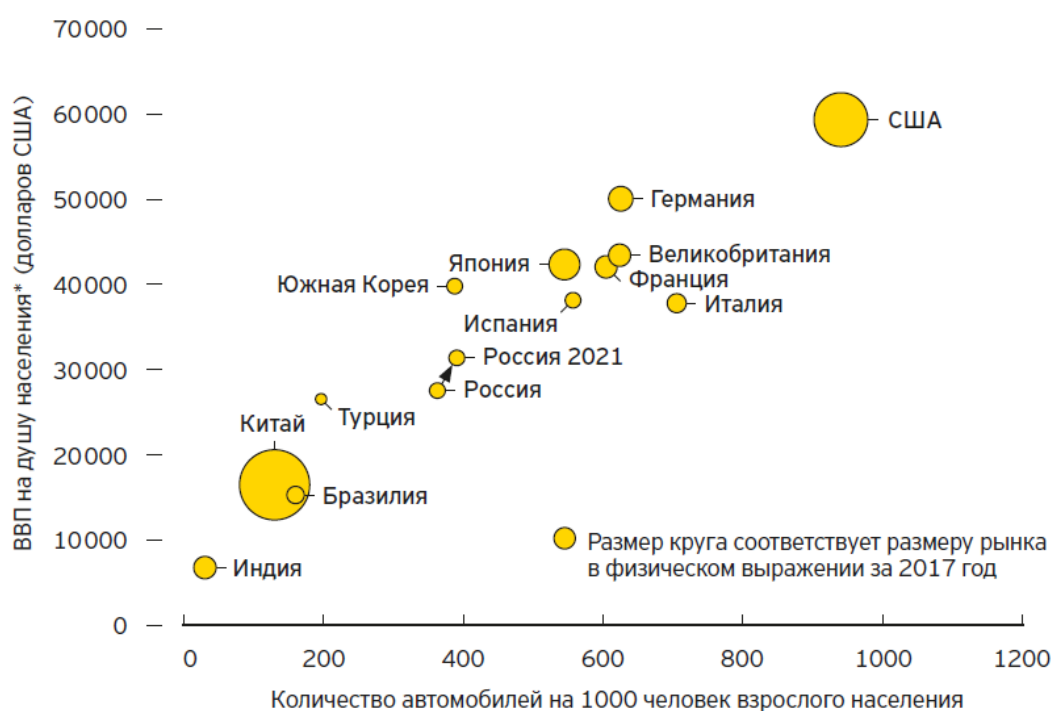


Рис. 2.9. Сравнение плотности автомобилизации по странам с перспективой развития России к 2021 году

В качестве дополнительной точки роста российские автомобильные концерны рассматривают расширение экспорта, которое поможет быстрее вернуть объемы производства к экономически эффективным значениям, снизить себестоимость и создать дополнительные стимулы к локализации.

В 2017 году планы по наращиванию экспорта анонсировали как российские, так и иностранные концерны. Рост экспорта легковых и легких коммерческих автомобилей в денежном выражении в 2017 году составил 19% (до 1320 млн. долларов США), автомобильных компонентов – 40% (до 1292 млн. долларов США). Одним из факторов роста также является государственная политика, направленная на стимулирование экспорта (рис. 2.10) [84].

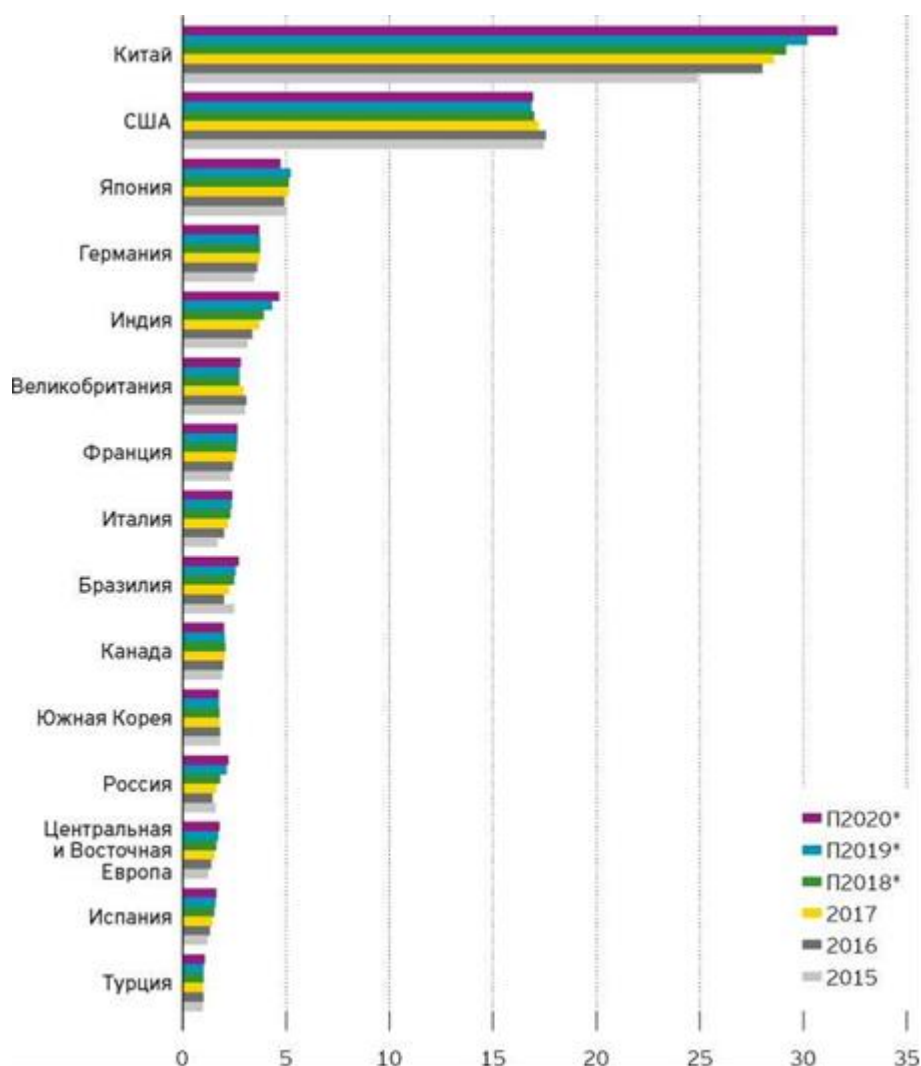


Рис. 2.10. Рынок новых легковых и легких коммерческих автомобилей в ведущих странах

В августе 2017 года была принята Стратегия развития экспорта в автомобильной промышленности, предусматривающая ряд новых монетарных и немонетарных мер поддержки наряду с действовавшими в 2016 году, такими как субсидирование логистических затрат, а также расходов на сертификацию и омологацию. Общий объем поддержки до 2025

года в базовом сценарии запланирован на уровне 89,6 млрд. рублей. Предусматриваются субсидии на льготное кредитование и лизинг, на компенсацию страховой премии «ЭКСАР», участие в международных выставках, развитие дилерской и сервисной сети. Согласно документу, реализация вышеуказанных мер позволит увеличить совокупный объем экспорта автомобильной промышленности к 2025 году до 4,9 млрд. долларов США.

Также Правительство РФ рассматривает возможность добавления показателя по объемам экспорта к критериям выделения субсидий автомобильным компаниям.

В целом в 2017 году, как и в 2013-2016 годах, Правительство РФ продолжило наращивать поддержку отрасли. Действовавшие в 2016 году субсидии процентных ставок по автомобильным кредитам и автомобильному лизингу, программа обновления парка, субсидии на закупку техники государственными структурами в 2017 году были дополнены адресными программами поддержки спроса во всех сегментах автомобилей: «Семейный автомобиль», «Первый автомобиль», «Российский фермер», «Российский тягач», «Свое дело».

Риском для отрасли является неопределенность относительно будущих цен на нефть и обменного курса рубля к доллару США, которая оказывает значительное влияние на потребительский сектор в РФ. Сохраняется и неопределенность относительно новых подходов государства к стимулированию локализации после завершения действия соглашений о промышленной сборке в 2018-2020 годах. Сдерживающим фактором может быть также индексация утилизационного сбора в 2018 году [66].

Перейдем к определению конкурентоспособности экспорта РФ на мировом рынке автомобильной промышленности.

Конкурентоспособность автомобильной промышленности можно признать низкой при значении интегрального индекса

конкурентоспособности ниже 50%, средней – при значении от 50 до 80% и высокой при значении свыше 80%.

Данная методика расчета индекса конкурентоспособности позволяет получить как интегральную оценку, учитывающую весь спектр факторов, так и оценку по отдельным компонентам конкурентоспособности (масштаб, эффективность или инновационность отрасли) [24].

Расчет интегрального индекса конкурентоспособности российской автомобильной промышленности представлен в таблице 2.3 [12].

Таблица 2.3

Показатели конкурентоспособности автомобильной промышленности России

Наименование показателя	Значение по России	Среднее значение по странам - лидерам	Значение по России/ среднее значение по странам-лидерам, %
Объем производства, млн. шт.	1,7	4,2	40,5
Объем экспорта, млрд. долл. США	1,4	77,6	1,8
Объем инвестиций, млрд. евро	2,7	18	15,0
Среднее значение по масштабу отрасли, %			19,1
Производительность (авто/чел.)	2,8	9,9	28,3
Уровень локализации, %	45	55	81,8
Добавленная стоимость/количество произведенных автомобилей	3	13,3	22,6
Среднее значение по эффективности отрасли, %			44,2
Инвестиции в НИОКР/общий объем инвестиций	11	64	17,2
Индекс взаимодействия ВУЗов и промышленности	42	73,8	56,9
Количество патентов, шт.	196	2437	8,0
Среднее значение по инновационности отрасли, %			27,4
Интегральный индекс конкурентоспособности, %			30,2

Как видим из таблицы, значение индекса конкурентоспособности российской автомобильной промышленности свидетельствует о ее низкой конкурентоспособности на мировом уровне. Отечественные автопроизводители отстают от лидеров и в масштабе отрасли, и в

эффективности производства, и в сфере НИОКР. Особенно сильное отставание наблюдается в количестве полученных патентов и объеме экспорта. Отсутствие качественного скачка в сфере НИОКР не позволяет отечественным компаниям производить востребованную на мировом рынке продукцию, которая не уступала бы продукции зарубежных конкурентов.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать следующие выводы. В настоящее время одна из центральных особенностей развития глобализации мировой автомобильной промышленности – это ускоренное снижение числа производителей, в рамках их объединения и транснационализации производства. Основными показателями выживания компаний в современных условиях являются: возможность одновременной эффективной деятельности на нескольких рынках; конкурентоспособность и финансовая устойчивость; неоклассическая схема организации производства автомобилей.

Основными тенденциями глобализации современного автопрома являются: значительный рост оптимальных объемов изготовления продукции автомобильной промышленности; инвестирование крупными производителями автомобилей в развитие производственных мощностей размещенных на территории развивающихся стран; рост продаж автомобилей, работающих на альтернативных видах топлива; стандартизация и унификация всего модельного ряда; появление «гибких производств» в автомобилестроении.

В настоящее время российский автомобильный рынок восстанавливается после финансового кризиса как в количественном, и денежном выражении. Наибольшим источником роста рынка являются модели бюджетного сегмента, спрос на которые растет наиболее высокими темпами. По результатам 2017 г. после четырех лет падения российский автомобильный рынок показал рост на уровне 12,5%. В 2017 г. бренды показали разнонаправленную динамику: средний и массовый сегмент активно восстанавливались, тогда, как премиальный сегмент демонстрировал

падение. В 2018 г. ожидается рост рынка новых легковых автомобилей в России на уровне 11%. Развитие технологий обеспечивает смещение приоритетов в мировом автопроме в сторону электрификации автомобилей и разработки автопилотов, а также развития новых форм мобильности.

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПОЗИЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

3.1. Проблемы развития автомобильной промышленности в Российской Федерации

На сегодняшний день в российской автомобильной промышленности существует ряд системных проблем. Согласно Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года можно выделить следующие системные проблемы, которые характерны как для машиностроения в целом, так и для автомобильной промышленности в частности:

- 1) технологическая проблема: отставание от мирового уровня, отсутствие ряда необходимых технологий;
- 2) проблема с оборудованием: моральный и физический износ производственной оснастки, недостаток мощностей;
- 3) кадровая проблема: дефицит высококвалифицированных рабочих, инженеров и перспективного кадрового потенциала, низкий уровень заработной платы;
- 4) проблема с комплектующими: неразвитость рынка этих изделий для продукции машиностроения;
- 5) недостаток финансовых ресурсов: отсутствие инвестиций в НИОКР и модернизацию оборудования;
- 6) низкая конкурентоспособность продукции и сильное конкурентное давление со стороны зарубежных производителей.

Основываясь на результатах проведённого исследования, дополним этот перечень следующими проблемами.

Во-первых, это высокая волатильность и замедление темпов роста автомобильного рынка. Некоторое оживление наблюдается только в 2017 году. Во-вторых, сохраняется высокий уровень раздробленности

автомобильного рынка, а также низкий объем производства отдельно взятых производителей, иными словами отсутствует эффект масштаба.

Также к проблемам можно отнести технологическое отставание отрасли при отсутствии стимулирования НИОКР, старые парки автотранспортных средств, отсутствие общей кадровой политики и низкая производительность труда, отсутствие последовательной таможенно-тарифной политики, несовершенство нормативно - правового регулирования отрасли [45].

При этом основными рисками автомобильной отрасли являются следующие.

Глобальные риски. В автомобильной промышленности происходят процессы глобализации, которые связаны с созданием крупнейших глобальных автопромышленных альянсов в целях обеспечения экономии на масштабах. Однако в таком случае национальные производители теряют конкурентные преимущества на отечественном и глобальном рынках.

Макроэкономические риски. Существенное негативное воздействие оказывает макроэкономическая ситуация в стране. Снижение темпов роста национальной и мировой экономики, уровня экономической активности, высокие темпы инфляции, волатильность курса валюты, высокие процентные ставки по кредитам, в том числе автокредитам, изменение рыночной конъюнктуры цен на сырье, комплектующие, энергоресурсы существенно влияют на автомобильную отрасль.

Кризис в российской экономике повлек серьезные проблемы для производителей автомобилей и автодилеров. Одной из причин падения российского авторынка в 2016 году по-прежнему остается неблагоприятная макроэкономическая ситуация в стране.

Дополнительные риски для автомобильной промышленности создает низкий уровень жизни населения, неразвитая инфраструктура и дорогое владение автомобилем.

Финансовые риски в основном обусловлены такими факторами, как:

1. Нестабильное финансовое положение компаний автомобильной промышленности.
2. Отсутствие у компаний активов, свободных от залога.
3. Высокий уровень финансовой нагрузки на предприятия отрасли.
4. Источником возврата кредита служит в большой степени доходы, создаваемые вследствие новых инвестиций.
5. Высокий срок окупаемости инвестиций, составляющий от 5 до 10 лет.

Техногенные и экологические риски. Техногенные риски связаны с высокой степенью износа основных фондов, который составляет около 60%. Таким образом, существует риск техногенных аварий и нанесения ущерба окружающей среде.

Инновационные риски. К ним относятся:

1. Слабое финансовое обеспечение НИОКР. Для внедрения новых технологий, расширения ассортимента автомобилей, выпуска моделей, удовлетворяющих запросам современного потребителя, необходимо достаточное финансирование НИОКР. Слабое финансовое обеспечение будет тормозить технологическое развитие отрасли.
2. Отсутствие заинтересованности зарубежных производителей в реализации прогрессивных технологий в российском производстве.
3. Высокие технологические риски проведения НИОКР, порожденные неудовлетворительным техническим состоянием оборудования, необходимого для исследований и испытаний, и оборудования опытного производства.

Коммерческие риски. Коммерческие риски в первую очередь связаны со спросом населения на автомобили. Эти риски усиливаются из-за наличия большого числа конкурирующих иностранных и российских производителей. К другим коммерческим рискам относятся риски выбора контрагентов, поставщиков материалов и комплектующих, невыполнения обязательств,

риски позднего ввода новой модели автомобиля на рынок и недооценки рыночной ситуации.

Социальные риски. К данному виду рисков стоит отнести возникновение социальной напряженности в некоторых регионах, которое может быть порождено сокращением числа занятых в автомобильной промышленности, связанным с модернизацией автомобильных производств. Также сюда относится риск травматизма, сохранение вредного производства, переход высококвалифицированных работников отечественных предприятий в зарубежные [79].

Таким образом, основными проблемами развития автомобильной промышленности в РФ являются: высокая волатильность и замедление темпов роста автомобильного рынка; низкая конкурентоспособность при существовании высокого уровня конкуренции на автомобильном рынке; высокий уровень раздробленности автомобильного рынка, а также низкий объем производства отдельно взятых производителей; технологическое отставание отрасли при отсутствии стимулирования НИОКР; кадровая проблема; проблема с комплектующими; недостаток финансовых ресурсов.

3.2. Пути укрепления позиций российской федерации на мировом рынке автомобильной промышленности

Существующие стратегические разработки по развитию автомобильной промышленности в России не учитывают приближающейся новой технологической революции.

Проведем анализ Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года.

Понимая, какую важную роль в развитии страны играет автомобильная промышленность, Правительство России разработало Стратегию развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года (далее – Стратегия).

Решать существующие проблемы в Стратегии предполагается реструктуризацией автомобильной отрасли. Главными элементами при этом будут привлечение иностранных партнеров и организация многочисленных совместных предприятий.

Авторы Стратегии сформировали четыре сценария развития отрасли, основанных на двух ключевых показателях – доле импорта на внутреннем рынке и соотношении экспорта транспортных средств к внутреннему рынку (Приложение 1).

Инновационно-пассивный сценарий был признан нереализуемым и исключен из списка. Таким образом, концепция развития автопрома включает три сценария. Первый предполагает развитие только сборочных производств, второй – партнерство с мировыми автопроизводителями, третий – превращение России в глобального игрока [44].

Однако вступление России в ВТО уменьшает регулирующие возможности государства и сужает круг государственных мер по поддержке отраслей [27]. По условиям ВТО Россия обязана снизить импортные тарифы, и лишается возможности автономно их повышать.

Ограничение тарифного регулирования, размера субсидий и льгот по налогу на добавленную стоимость не позволит государству осуществить полного комплекса мер, прописанных в Стратегии. Кроме того, Россия больше не имеет права дискриминировать импортные товары, применять количественные ограничения на их ввоз (за исключением специальных защитных мер). Реализация этого условия не позволит государству защищать отечественных производителей от роста конкуренции на внутреннем рынке.

С другой стороны, вступление в ВТО дает и ряд преимуществ:

- улучшение условий доступа на российский рынок высокотехнологичной продукции и структуры импорта;
- рост инвестиций и экспансия российских товаров и услуг на внешние рынки;
- стабильность правил торговли, а значит, и стабильность цен.

Но для реализации этих преимуществ экономика России должна иметь долгосрочную стратегию развития и эффективную промышленную политику, нацеленную на повышение конкурентоспособности, расширение емкости внутреннего потребительского рынка, увеличение экспорта продукции обрабатывающих отраслей и снижение экспортной нагрузки добывающих отраслей.

Модернизация отечественной легкой автомобильной промышленности, разработанная Минпромторгом России, построена на заимствовании технологий, поскольку уже в среднесрочной перспективе конкуренция вырастет многократно, и времени на собственные разработки уже не остается. Чтобы сокращать разрыв, автомобильная отрасль должна развиваться, «перешагивая» через несколько ступеней развития технологий. Требуются и новые, и уже обкатанные технологии, которые можно получить с помощью прямых иностранных инвестиций, не прибегая к высоким затратам на тестирование, доработку и внедрение. Поток ПИИ в отечественный автопром может стать эффективным инструментом модернизации и развития отрасли [44].

Рассмотрим возможности применения зарубежных методов финансирования НИОКР в Приложении 2.

В современных условиях, особую актуальность принимает такое направление финансирования инноваций в отрасли автомобильной промышленности, как создание ПИФов. Ведь возможности государственного финансирования отрасли в период кризиса строго ограничены и очевидно, что существующие механизмы финансирования не дают эффекта. Российским автомобильным производителям необходимо анонсировать новую модель или инновации в уже существующих моделях до запуска их серийного производства, чтобы привлекать интерес вкладчиков.

Необходимо создать несколько опытных образцов, презентуемых в крупнейших дилерских центрах производителей, заинтересованность в новых технологиях, а также учет потребительских мнений позволят

автопроизводителям получить покупателей своей продукции еще до ее выпуска. Соответственно каждый заинтересованный в приобретении данной модели сможет внести вклад в запуск серийного производства через заключенный в дилерском центре договор на дальнейшее приобретение автомобиля.

Помимо ускоренного запуска производства и гарантии приобретения понравившейся модели, потребитель сможет получить дополнительные привилегии относительно продленной гарантии на автомобиль, рассрочки или выгодных кредитных условий. Осуществление данного направления финансирования требует большого доверия населения к автопроизводителям, однако, приверженность около 20% населения России к автомобилям компании АвтоВАЗ, свидетельствует о возможности реализации такого инструмента.

Кроме того получить новые технологии можно с помощью режима промышленной сборки (РПС), привлекая новых производителей к строительству заводов на территории России и мотивируя уже функционирующих к повышению локализации. Но могут проявиться и негативные эффекты, такие как перевод уже устаревших технологий и оборудования на выпуск устаревших моделей, закупка комплектующих за рубежом, свертывание собственных НИОКР.

Сценарии развития автомобильной отрасли на основе технологий представлен в Приложении 3.

Сценарий развития автоэлектроники проходит в условиях развития в России отрасли автомобильной электроники, помощи государства в софинансировании НИОКР и государственного контроля за выполнением условий промышленной сборки.

Результатом реализации этого сценария станет переход на технологии пятой длинной волны. Освоение технологий этого уклада будет способствовать достижению установленного законом процента локализации, а значит, и овладению необходимыми технологиями, что позволит

сформировать конкурентоспособную базу автокомпонентов. В итоге повысится доверие производителей иномарок, работающих в России, к отечественным деталям, что, в свою очередь, увеличит процент локализации.

Иностранные производители будут заинтересованы в расширении производства в России, увеличат производимый модельный ряд, проведут обучение персонала – как работающего на конвейере, так и инженеров, менеджеров и руководителей. Улучшение условий производства сможет привлечь в страну новых производителей, которые, в свою очередь, дадут новые рабочие места и новые технологии, что позволит отрасли стать конкурентоспособной.

Сценарий внедрения нанотехнологий базируется на освоении технологий пятой и шестой волн. В свете того, что промышленность развитых стран начинает переход на шестой технологический уклад, необходимо провести адаптацию отечественного автопрома к условиям перехода на новый уровень. Освоение технологий пятой длинной волны должно сопровождаться изучением технологий, необходимых для ускоренного перехода на шестой уклад [43].

Конечно, для выполнения этого сценария от государства требуется финансирование НИОКР. В условиях подготовки российских производителей, их модернизации и повышения конкурентоспособности процент локализации может оказаться на более высоком уровне изначально и в дальнейшем расти более высокими темпами. Это напрямую повлияет на динамику и объем импорта современных технологий, экономию времени.

Отрасль сильно сократит технологическое отставание от мировых лидеров. В случае реализации этого сценария в отрасли будут работать высококвалифицированный персонал, собственные центры обучения. Освоенные технологии позволяют организовывать собственные конкурентоспособные производства как автокомпонентов, так и готовых машин. Автомобильная промышленность будет выпускать

конкурентоспособную продукцию, с которой отрасль способна выйти на мировой рынок.

В существующих условиях функционирования автомобильной промышленности велика вероятность исполнения сценария текущего вектора. Но при должном контроле со стороны государства за выполнением условий режима сборки, при софинансировании НИОКР реализуемым становится сценарий перехода на пятый технологический уклад.

Государство играет важную роль в восстановлении автомобильной отрасли. Сейчас правительство принимает ряд мер по улучшению инвестиционного климата и привлечению ПИИ (изменение налоговой политики, снижение административных барьеров, софинансирование, развитие инфраструктуры и т. д.). Но для эффективного развития автопрома кроме этой политики необходимо решить еще ряд задач.

Несомненно, первоочередная проблема – это формирование конкурентоспособной общей базы качественных автокомпонентов, поэтому в первую очередь инвестиции необходимо привлекать именно в рассматриваемую отрасль. Без компонентной базы автомобильную промышленность восстановить не удастся, поскольку именно качество составляющих определяет качество и надежность автомобиля, стоимость его обслуживания и степень локализации индустриально развитых стран. Сейчас доля отечественных автокомпонентов на рынке составляет всего около 25 %.

Для решения этой задачи необходимо стимулировать строительство заводов по выпуску автокомпонентов, обеспечить развитие существующих производств, повышать квалификацию поставщиков.

Также выгодно для всей автомобилестроительной отрасли, включая производство автокомпонентов, образование стратегических альянсов между зарубежными инвесторами и местными производителями. Это позволяет бизнесу создать конкурентное преимущество за счет доступа к ресурсам и способностям партнера, таким как рынки, технологии, капиталы и люди, и дает возможность пользоваться более сильными каналами маркетинга.

Методы управления на отечественных предприятиях также устарели, поэтому необходима новая система менеджмента планирования и маркетинга. Например, известно, что продажи автомобилей имеют сезонные пики весной и осенью. Учитывая этот фактор, можно точнее прогнозировать объемы

Стратегический альянс – партнерство между фирмами, в котором ресурсы и способности объединяются для достижения наилучшего результата.

Кроме того, эффективная система менеджмента поможет снизить операционные затраты и расходы на заработную плату, ведь именно затраты на производство являются сдерживающим фактором для ПИИ. Иностранные производители жалуются на большие траты на электроэнергию и транспортные расходы. По данным VCG, цены на электричество выросли на 18 %, а ввозить автомобили из Японии в Украину дешевле, чем импортировать из России. Кроме того, в России повышена норма управленческих кадров и преобладает чрезмерное количество уровней подчинения.

Решить эту проблему без вмешательства государства опять же не удастся. Необходимы централизованный контроль за энергетической и транспорт-ной отраслями, а также регулирование тарифов.

Государственный контроль необходим и для того, чтобы от привлечения ПИИ российская автомобильная промышленность смогла получить нужный эффект. От правительства в этой части требуется создать такие условия, при которых российские производители смогут получить доступ к зарубежным технологиям.

Основным направлением государственного регулирования автомобилестроения в отношении иностранных марок является установление контроля за соблюдением условий локализации производства. По соглашению с Министерством экономического развития РФ процент локализации в режиме промсборки должен составлять не менее 30 % к

2015 г. Выше было показано, что некоторые зарубежные производители, собирающие автомобили в России, уже перешли этот рубеж, но много и таких, которые могут не выполнить данных условий в срок.

Кроме контроля за уровнем локализации нужно также периодически законодательно повышать установленный процент, как это было сделано в 2010 г.

Если контроль будет налажен соответствующим образом, иностранные производители, действующие на территории РФ, будут вынуждены развивать отечественный автопром. Важным в данном случае является вопрос о средствах для повышения степени локализации. Ведь зарубежные производители могут производить в России почти все детали интерьера салона, аккумуляторы, стекла, фары, сидения, однако в долгосрочной перспективе рост локализации станет невозможным, а технологическое развитие отрасли будет отставать. Чтобы этого не произошло, правительству необходимо создать условия для выпуска в России технологически сложных узлов и агрегатов: двигателей, коробок передач, генераторов и электроники.

Однако в связи с вступлением России в ВТО от главного государственного рычага привлечения ПИИ – таможенных льгот для индустриально развитых стран – со временем придется отказаться. В 2018 г. Россия должна будет отменить льготы на ввоз комплектующих. Поскольку соглашения по сборке иномарок были заключены до 2020 г., в течение двух лет (2018-2020 гг.) государство обязано будет компенсировать повышение ставок ввозных пошлин в форме субсидий.

Вторая, но не менее важная задача в процессе привлечения инвестиций заключается в следующем: по мере ПИИ необходимо проводить и собственные НИОКР. Как было сказано, обычно передаются технологии, утратившие статус новейших. Пока автомобильная отрасль будет осваивать эти техно-логии, конкуренты уйдут вперед. Чтобы догонять мировых автопроизводителей, нужны собственные разработки, причем в технологиях, относящихся как минимум к пятой длинной волне.

А для этого понадобится финансирование со стороны государства. Инвестировать государству придется не только в новые разработки, но и в обучение и повышение квалификации персонала. Кроме того, эти меры окажут еще один положительный эффект: сокращение времени разработки новых моделей автомобилей, которое пока составляет около пяти лет. В противном же случае отрасль может попасть в ловушку технологического иждивенчества.

Но привлечение инвестиций целесообразно, если в стране стабильный и растущий спрос на легковые автомобили, который обеспечит загрузкой действующие предприятия.

Есть несколько факторов, которые будут оказывать положительное воздействие на спрос. Конечно же, в первую очередь, он зависит от уровня доходов населения, а цены на автомобили постоянно растут.

Как показала практика, программа утилизации автомобилей значительно повышает потребительский спрос. В результате грамотных решений и действий выросли продажи в основном отечественных автомобилей. Эта программа позволяла приобрести автомобиль марки «Лада» за 99 тыс. руб.

Успех проведения таких программ подтверждается и зарубежным опытом. Германия первая ввела премию в размере 2,5 тыс. евро за утилизацию старых автомобилей, срок службы которых превысил девять лет. Сейчас в этой стране отличные результаты продаж новых машин: на фоне обвального снижения продаж в России во время кризиса в Германии продажи выросли на 40 %.

Сегодня премии автомобилистам за утилизацию старого транспортного средства платят уже в 12 странах Евросоюза. Недавно аналогичные программы стартовали в Японии и США. Утилизация, проведенная в России, как и ожидалось, оказала значительный положительный эффект на автопром. Можно с уверенностью сказать, что зарубежный опыт проведения такого рода программ успешно перенят.

Положительное влияние на объем продаж окажут выгодное автокредитование и стимулирующие программы.

Автокредитование продолжает оставаться основной движущей силой российского автомобильного рынка. Он динамично развивается, представляя один из наиболее востребованных продуктов банковской розницы. По оценке E&Y, в 2017 г. он вырос на 20 % и в стоимостном выражении составил 26 млрд. долл. США. Объем продаж новых легковых автомобилей растет именно за счет притока на рынок кредитных ресурсов. Оценивая ситуацию на рынке, можно констатировать, что практически каждый второй автомобиль продается сейчас с использованием кредитных схем.

Субсидирование покупок автомобилей отечественного производства позволит поддержать объемы их продаж. Росту спроса на новые автомобили также будут способствовать дилерские программы. Покупателей будут привлекать различные акции и скидки. Всегда приятно получить в подарок комплект зимней резины или «бесплатную» дополнительную опцию. Нельзя не заметить, что пока дилерские и сервисные центры, особенно в регионах, не соответствуют высоким требованиям и стандартам иностранных партнеров. Дилеры пока не в состоянии освоить западную модель работы. Причины давно известны: низкокачественная база автокомплектующих и несовершенная логистика.

Существуют две причины необходимости формирования эффективного послепродажного обслуживания. Во-первых, это придаст уверенности потенциальным покупателям в надежности автомобиля, снизит потенциальную стоимость машины, еще больше увеличит спрос на авто. А во-вторых, послепродажное обслуживание – это источник прибыли. Но в России по каким-то причинам этого не берут в расчет. Если в РФ доля прибыли от послепродажного обслуживания составляет 10-30 %, то в странах Европы – 50-70 %.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать следующие выводы. Основными проблемами развития автомобильной промышленности

в РФ являются: высокая волатильность и замедление темпов роста автомобильного рынка; низкая конкурентоспособность при существовании высокого уровня конкуренции на автомобильном рынке; высокий уровень раздробленности автомобильного рынка, а также низкий объем производства отдельно взятых производителей; технологическое отставание отрасли при отсутствии стимулирования НИОКР; кадровая проблема; проблема с комплектующими; недостаток финансовых ресурсов.

Пути укрепления позиций Российской Федерации на мировом рынке автомобильной промышленности должны заключаться в реализации ряда таких мероприятий как: привлечение инвестиций (ПИФЫ); использование режима промышленной сборки; внедрение нанотехнологий; образование стратегических альянсов; создание новой системы менеджмента планирования и маркетинга государственного управления; обеспечение централизованного контроля за энергетической и транспортной отраслями, а также регулирование тарифов; установление контроля за соблюдением условий локализации производства; формирование условий выгодного автокредитования и создание стимулирующих программ; субсидирование покупок автомобилей отечественного производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мировой товарный рынок – это область товарно-денежных отношений между государствами, которые основаны на международном разделении труда. Мировые товарные рынки формируются под воздействием множества факторов и имеют ряд особенностей: это рынки уже произведенных товаров, которые продаются за пределами национальных границ; на эти товары, перемещающиеся между странами, действуют не только внутренние, но и внешние спрос и предложение; эти рынки способствуют наиболее эффективному использованию факторов производства в тех или иных отраслях и регионах; благодаря им, из международного товарного обмена выходят товары, не соответствующие стандартам качества при данных конкурентных ценах. Каждая отдельная страна занимает определенное место на мировом рынке товаров. В следующем параграфе нами будет определено место и роль России на мировом товарном рынке. Основу методологии исследования мировых рынков составляют такие методы как: корреляционный анализ, SWOT-анализ, оценка рисков, прогнозирование, экспертного опроса, различных показателей, метод сценарного развития.

В настоящее время одна из центральных особенностей развития глобализации мировой автомобильной промышленности – это ускоренное снижение числа производителей, в рамках их объединения и транснационализации производства. Основными показателями выживания компаний в современных условиях являются: возможность одновременной эффективной деятельности на нескольких рынках; конкурентоспособность и финансовая устойчивость; неоклассическая схема организации производства автомобилей.

Основными тенденциями глобализации современного автопрома являются: значительный рост оптимальных объемов изготовления продукции автомобильной промышленности; инвестирование крупными производителями автомобилей в развитие производственных мощностей

размещенных на территории развивающихся стран; рост продаж автомобилей, работающих на альтернативных видах топлива; стандартизация и унификация всего модельного ряда; появление «гибких производств» в автомобилестроении.

Изменение предпочтений потребительского рынка повлекло за собой значительное изменение внешнеторгового оборота автопрома между странами. Стали активно создаваться крупные международные альянсы мировых автопроизводителей. Значительно вырос индекс транснациональности ТНК – лидеров автомобильной отрасли. Продолжается активный рост продаж азиатских брендов автомобилей на рынках ЕС и США. Происходит появление и активное развитие нового направления автомобильной индустрии – создание «бюджетного» автомобиля.

В настоящее время российский автомобильный рынок восстанавливается после финансового кризиса как в количественном, и денежном выражении. Наибольшим источником роста рынка являются модели бюджетного сегмента, спрос на которые растет наиболее высокими темпами. По результатам 2017 г. после четырех лет падения российский автомобильный рынок показал рост на уровне 12,5%. В 2017 г. бренды показали разнонаправленную динамику: средний и массовый сегмент активно восстанавливались, тогда, как премиальный сегмент демонстрировал падение.

В 2018 г. ожидается рост рынка новых легковых автомобилей в России на уровне 11%. Развитие технологий обеспечивает смещение приоритетов в мировом автопроме в сторону электрификации автомобилей и разработки автопилотов, а также развития новых форм мобильности.

В перспективе 5 лет ожидается положительная динамика авторынка, обеспеченная восстановлением экономики и ожидаемым ростом инвестиций в производство и новые технологии. Оживление секторов малого и среднего бизнеса окажут положительное влияние на сегмент легких коммерческих автомобилей. Восстановление экономики, развитие транспортной системы, а

также реализация госпрограмм обеспечат рост продаж грузовых автомобилей. Спрос на новые автобусы будет зависеть от стратегии обновления изношенного парка. Приоритетным направлением в отрасли сельскохозяйственного машиностроения в России на ближайшие годы является обновление парка техники и развитие экспортных продаж. На продажи автомобилей специального назначения окажут влияние необходимость обновления изношенного парка, а также реализация мер господдержки.

В 2017 году объем продаж вырос вместе с ростом реального ВВП, восстановившись до уровня 2015 года. Показатели конкурентоспособности автомобильной промышленности России оценивается как высокий. Он объясняется низкой степенью обеспеченности населения автомобилями, солидным возрастом автопарка, продолжением государственной поддержки сектора и развитием бизнеса в РФ крупными международными игроками.

Восстановление рынка продолжится в 2018 году с перспективой увеличения объемов продаж до уровня, превышающего 2 млн. легковых автомобилей к 2020 году.

Темпы восстановления будут определяться такими факторами, как обменный курс рубля, цены на нефть, уровень ставок по автомобильным кредитам, размеры и эффективность мер государственной поддержки, государственное регулирование, в частности индексация утилизационного сбора, а также перспективы снижения стоимости владения автомобилем.

Несмотря на рост рынка автомобильного кредитования в 2017 году, уровень проникновения автомобильных кредитов в России пока еще ниже показателя западных стран. Однако постепенное снижение ключевой ставки Центрального банка РФ, наращивание бизнеса кэптивными банками автомобильных компаний и общее восстановление рынка потребительского кредитования будут способствовать увеличению доли кредитных продаж автомобилей, стимулируя рост авторынка.

В сегменте коммерческих автомобилей в 2018 году российские бренды про-должают доминировать. При этом продажи коммерческих автомобилей начали восстанавливаться раньше рынка легковых – в 2017 году, поскольку в меньшей степени подвержены негативному влиянию снизившейся потребительской уверенности. В 2017 году был зафиксирован значительный рост продаж грузовиков - на 50,8%. Производство автобусов в России в 2017 году сократилось на 2,8%, однако сохранило хорошие перспективы для дальнейшего развития в связи с солидным возрастом транспортных средств, а также благодаря государственной поддержке авто-производителей и спроса на технику. Международные автомобильные концерны продолжают процесс локализации. Однако его сдерживает отсутствие качественной базы поставщиков второго и более низкого уровня, а также некоторых материалов для автомобильной отрасли.

Представленный анализ позволяет сделать вывод о том, что на текущем этапе развития рынка капитала в России адаптация многих зарубежных инструментов финансирования НИОКР в автомобильной отрасли кажется либо труднореализуемой, либо экономически неэффективной из-за чрезмерно высоких банковских процентов и стоимости капитала. Потому проблема инновационного развития автомобильной промышленности в России носит куда более сложный системный характер, чем может показаться на первый взгляд. В этой связи адаптация успешного зарубежного опыта хоть и кажется наиболее рациональным методом развития, однако возможности для использования большинства рассмотренных подходов весьма ограничены широким набором экономических проблем, решение которых невозможно в краткосрочной перспективе.

Следовательно, мы можем сделать вывод, что развитие отечественного автопрома в условиях инновационной экономики в ближайшие годы будет проходить по уникальному сценарию, отличному от того, который характерен ведущим капиталистическим экономикам. В первую очередь оно будет опираться не на рыночные ресурсы, предлагаемые на гибких рынках

капитала, а на использовании государственных средств, за счет создания льготных условий функционирования предприятий автомобильной отрасли, а также за счет аккумуляции и высвобождения научного потенциала отечественных научно-исследовательских кадров.

Основными проблемами развития автомобильной промышленности в РФ являются: высокая волатильность и замедление темпов роста автомобильного рынка; низкая конкурентоспособность при существовании высокого уровня конкуренции на автомобильном рынке; высокий уровень раздробленности автомобильного рынка, а также низкий объем производства отдельно взятых производителей; технологическое отставание отрасли при отсутствии стимулирования НИОКР; кадровая проблема; проблема с комплектующими; недостаток финансовых ресурсов.

Пути укрепления позиций российской федерации на мировом рынке автомобильной промышленности должны заключаться в реализации ряда таких мероприятий как: привлечение инвестиций (ПИФЫ); использование режима промышленной сборки; внедрения нанотехнологий; образование стратегических альянсов; создание новой системы менеджмента планирования и маркетинга государственного управления; обеспечение централизованного контроля за энергетической и транспортной отраслями, а также регулирование тарифов; установление контроля за соблюдением условий локализации производства; формирование условий выгодного автокредитования и создание стимулирующих программ; субсидирование покупок автомобилей отечественного производства.

Таким образом, благодаря эффективному управлению процессом привлечения прямых иностранных инвестиций автомобильная промышленность получит новый источник роста и импульс к развитию отрасли на базе зарубежных технологий. А в России может появиться новая точка роста на базе отраслей конечного производства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации №1032-р от 11.06.2014 (с изм. на 12.05.2018) [Текст] // исследуемый Справочно-правовая появится система «КонсультантПлюс». стратегические Информ. банк. «Версия инфра Проф итога». Разд. «Законодательство таблица».
2. Абдукаримов, И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур [Текст]: Учеб. Пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 214 с.
3. Абрамян Г.А. Значение показателей ликвидности и платежеспособности предприятия в условиях ужесточения требований к оценке его кредитоспособности [Текст] / Г.А. Абрамян // Молодой ученый. – 2015. – №20. – С. 193-195.
4. Автомобильная промышленность и перевозки [Электронный ресурс]. (Automotive & Transportation) // Ernst & Young – Режим доступа: <http://www.ey.com/ru/en/industries/automotive>.
5. Автомобильный рынок России и СНГ. Обзор отрасли. 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Automotive-survey-2017-RUS/\\$FILE/Automotive-survey-2017-RUS.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Automotive-survey-2017-RUS/$FILE/Automotive-survey-2017-RUS.pdf).
6. Айдинова А.Т. Функционирование субъектов малого бизнеса на селе: теория и анализ [Текст] / А. Т. Айдинов. – Ставрополь, 2014. – 361 с.
7. Айдинова А.Т. Роль государства в развитии ресурсного потенциала регионов [Текст] / А.Т. Айдинова, Т. Ю. Черепухин // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 23. – С. 125-128.
8. Алексеев И.С. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / И.С. Алексеев // Дашков и Ко/ – Москва, 2013. – 304 с.

9. Алексеев Л.А. Статистические методы обеспечения качества [Текст] / Л.А. Алексеев, В.К. Кулешов. – Томск: Изд-во ТПУ, 2016. – 120 с.
10. Алексеева А.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие [Текст] / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В., Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 672 с.
11. Алексеенко Л.М. Экономический словарь [Текст] / Л.М. Алексеенко, В.М. Олексиенко. – К. : Максимум; Тернополь: Экономическая мысль, 2013. – С. 156.
12. Аналитическое агентство «Автостат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.autostat.ru/news/20008/>.
13. Арустамов Э.А. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / Э.А. Арустамов, Р.С. Андреева // КноРус. – М., 2013. – 168 с.
14. Архипов А.Ю. Внешнеэкономическая деятельность российских регионов [Текст] / Ю.А. Архипов // Ростов н/Д: Феникс – Москва, 2013. – 192 с.
15. Бабин Э.П. Внешнеэкономическая политика [Текст] / Э.П. Бабин, Т.М. Исаченко. – М. : Экономика-Москва, 2013. – 463 с.
16. Баканов М.И. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование [Текст] / М. И. Баканова. – М. : Финансы и статистика, 2014. – С. 163.
17. Баринов В. А. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / В.А. Баринова // Форум - Москва, 2014. - 192 с.
18. Баскакова, О.В. Экономика предприятия: Учебник [Текст] / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко». – 2013. – 372 с.
19. Басовский, Л.Е. Экономический анализ: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. Л.Е. Басовского. – М. : ИНФРА - М, – 2015. – 222 с.

20. Бекренева, В.А. Финансовая устойчивость организации. Проблемы анализа и диагностики [Текст] / В.А. Бекренева. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 60 с.
21. Бендерская О.Б. Новые показатели и методика комплексной оценки для анализа и управления платежеспособностью предприятий [Текст] / О.Б. Бендерская, А.И. Анисимов // Белгородский экономический вестник. – 2013. №4 (72). – с.63
22. Бендерская О.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности на предприятии промышленности строительных материалов [Текст] / О.Б. Бендерская, И.А. Слабинская. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2013. – С. 210
23. Бережная, Е.В. Диагностика финансово-экономического состояния организации: Учебное пособие [Текст] / Е.В. Бережная, О.В. Бережная, О.И. Косьминна. – М. : ИНФРА - М, – 2014. – 304 с.
24. Береза А.И. Основные тенденции развития автомобильного рынка в 2016-2017 году [Электронный ресурс] / А.И. Береза // Экономика и социум. – 2018. – №3(22). – Режим доступа: <http://iupr.ru>
25. Бондарева Г.И. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации [Текст] / Г.И. Бондарева, А.В. Кузьмин // Техника и оборудование для села. – 2014. – № 6. – С. 19-22. – Рез. на англ. яз.
26. Голов С.Ф. Международные стандарты бухгалтерского учета [Текст] / С.Ф. Голов. – К. : Федерация профессиональных бухгалтеров и аудиторов Украины, 2013. – С. 47.
27. Дегтярева, О. И. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова; С. В. Саркисов // М. : Дело; Издание 4-е, испр. и доп. – М., 2013. - 424 с.
28. Джикаева И.В. Анализ ликвидности и финансовой устойчивости предприятия [Текст] / И.В. Джикаева // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2016. – С. 158-160.

29. Долгих Ю.А. Методологические подходы к оценке финансовой устойчивости предприятия: традиции и инновации [Текст] / Ю.А. Долгих, Ю.Э. Слепухина // Страховое дело. – 2015. – № 11. – С. 18-27.
30. Жудро М.К. Внешнеэкономическая деятельность. Практикум [Текст] / М. К. Жудро // Издательство Гревцова. – М., 2014. – 164 с.
31. Заболотская, Н.В. Оценка экономического потенциала предприятия [Текст] / Н.В. Заболотская // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – 5(134) – С. 20-28.
32. Ибрагимов К.М. Анализ управления платежеспособностью и финансовой устойчивостью [Текст] / К.М. Ибрагимов // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 853-856.
33. Иванов М.Ю. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / М.Ю. Иванов // РИОР, Инфра-М. – Москва, 2013. – 128 с.
34. Изжеурова, Е.К. Обзор рынка автокредитования в России и разработка рекомендаций по оптимизации расходов населения [Текст] / Е.К. Изжеурова, Е.Н. Соловьева, С.А. Морозова // Материалы международных научно-практических конференций «Интеграция мировых научных процессов как основа общественного прогресса (сентябрь 2014 г.). – Казань, 2014. – С. 129-136.
35. Информационный ресурс «Alliance of Automobile Manufacturer» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.autoalliance.org/auto-jobs-and-economics/auto-manufacturing>.
36. Информационный ресурс «Office for national statistics» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/abs/annual-business-survey/car-production/sty-car.html>.
37. Информационный ресурс «World's Top Exports» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldstopexports.com/car-exports-country/3202>.

38. Кайгородов А.Г. Внешнеэкономическая деятельность корпораций [Текст] / А.Г. Кайгородов, В.И. Колибаба // ООО «ТНТ». – М., 2013. – 224 с.
39. Качковский С.В. Содержание и задачи экономического планирования и анализа деятельности предприятия [Текст] / С.В. Качковский // Экономист. – 2012. – 421 с.
40. Климова Н.В. Экономический анализ: учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Текст] / Н.В. Климова. – М. : Вузовский учебник, 2013. – 398 с.
41. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: в вопросах и ответах: учеб. пособие [Текст] / В. В. Ковалев, Ковалев Вит. В. – М. : Проспект, 2013. – 304 с.
42. Кондратьев В.Б. Автомобильная промышленность: перспективы развития после кризиса / Портал «Перспективы». [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://perspektivy.info/rus/ekob/avtomobilnaja_promyshlennost_perspektivy_razvitiya_posle_krizisa_2010-10-01.htm.
43. Константинов И. Нанотехнологиям – сотни тысяч лет? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tainy.info/technics/nanoteknologiyam-%E2%80%93-sotni-tysyach-let>.
44. Концепция формирования Государственной комплексной программы развития машиностроения России. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.soyuzmash.ru/informcenter/concept/concept.htm>.
45. Корнилова, Л.М. Организационно-экономические факторы повышения финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов [Текст] / Л.М. Корнилова, О.В. Елагина, Н.В. Борисова. – СПб. : изд-во политех. ун-та, 2013. – С. 8.
46. Коробов М. Я. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий [Текст] / М. Я. Коробов. - М. : Знание, 2013. – С. 370.

47. Крайнова К.А. Методика анализа финансовой устойчивости предприятия в условиях кризиса [Текст] / К.А. Крайнова, Е.А. Кулина, В.С. Сатушкина // Молодой ученый. – 2015. – №11.3. – С. 46-50.

48. Кужаева А.Т. Инновационный цикл как основной фактор экономического роста в России [Текст] / А.Т. Кужаева // Циклы природы и общества: матер. X Междунар. конф. – 2012. – С. 192-194.

49. Кумэ Х. Статистические методы повышения качества [Текст] / Х. Кумэ, Й. Иизука, Т. Такахаси и др. / Пер. сангл. и доп. Ю.П. Адлера, Л.А. Конаревой. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 301 с.

50. Курилова А.А., Курилов К.Ю. Основные факторы, влияющие на падение продаж на российском автомобильном рынке [Текст] / А.А. Курилова, К. Ю. Курилова // Актуальные проблемы экономики и права. – 2016. – Т. 10. – № 2 (38). – С. 102-112.

51. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] / Д. В. Лысенко. – М. : Инфра-М. – 2013. – С. 252.

52. Мазуров И.И. Анализ хозяйственной деятельности [Текст] / И.И. Мазуров. – М. : Финансы, 2013. – 447с.

53. Малиновская В.А. Анализ прибыльности, ликвидности, платежеспособности и устойчивости предприятия по переработке пластиковых отходов [Текст] / В.А. Малиновская, М.С. Егорова // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 724-728.

54. Матвеева С. Диагностика предприятия и ее модели [Текст] / С. Матвеева // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 2. – С. 112-118.

55. Материалы сайт ОИСА // официальный сайт ОИСА: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.oica.net/category/production-statistics>.

56. Никулина О.В. Влияние валютной политики и валютного регулирования на развитие банковской деятельности в сфере кредитования экономических субъектов в России и за рубежом [Текст] / О.В. Никулина,

Н.Н. Кучерявая // Экономика устойчивого развития. 2015. – №3 (23). – С. 330-342.

57. Парк автотранспортных Минпромторг России. Публичная декларация на 2018 год и основные результаты 2017 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>

58. Петрова А.В. Оценка финансовой устойчивости предприятия как фактор предотвращения его банкротства [Текст] / А.В. Петрова // Состояние и перспективы развития региональной экономики, 2016. – С. 41.

59. Полюшко Ю.Н. Анализ методов управления платежеспособностью предприятия [Текст] / Ю. Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. М. : Научная библиотека, 2013. – № 3 (15). – С. 41-46.

60. Полюшко Ю.Н. Особенности методик управления финансовой устойчивостью предприятия и оценка результатов [Текст] / Ю.Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. – М. : Научная библиотека, 2012. – № 1 (01). – С. 34-40.

61. Полюшко Ю.Н. Особенности методики управления платежеспособностью предприятия и анализ результатов [Текст] / Ю.Н. Полюшко // Экономика и управление: проблемы, решения. – М. : Научная библиотека, 2012. – № 2 (02). – С. 41-47.

62. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин // Юрайт. – М., 2013. – 528 с.

63. Рей А.И. Внешнеэкономическая деятельность России [Текст] / А.И. Рей // Теория, история и американский фактор; Либроком. – М., 2013. – 428 с.

64. Ронова Г.Н. Анализ финансовой отчетности: Учебно-методический комплекс [Текст] / Г.Н. Ронова, Л.А. Ронова. – М. : Изд. центр ЕАОИ. 2014. – 240 с.

65. Ростовский Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / Ю.М. Ростовский, В.Ю. Гречков // М.: Экономистъ; Издание 2-е, испр. – М., 2013. – 589 с.
66. Рынок легковых и коммерческих автомобилей в России: результаты и перспективы развития // PwC : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pwc.ru/ru/new-site-content/pdf/automotive-market-of-russia-oct16.pdf>.
67. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [Текст] : учеб. пособие [Текст] / Г.В. Савицкая. – 5-е изд., испр. и доп. – Минск : Новое знание, 2013. – С. 254.
68. Санду И. Оценка финансового состояния предприятия [Текст] / И. Санду, М. Косолапова, В. Свободин // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 2. – С. 34-40.
69. Сапрунова, Е.А. Пути улучшения финансового состояния организаций в современных условиях хозяйствования (на примере ООО «Альтис») [Текст] / Сапрунова Е.А., Волненко В.Н., Покусенко М.В. // Современное общество: проблемы, идеи, инновации: сборник материалов 2 Международной научной конференции. – Ставрополь, Логос, 2013. – С. 93-97.
70. Слабинская И.А. Использование методик кредитного анализа для управления финансовой устойчивостью предприятий [Текст] / И.А. Слабинская, О.Б. Бенедерская // Белгородский экономический вестник. - Белгород: Белаудит, 2013. – № 3 (71). – С. 61-70
71. Слабинская И.А. Использование методик кредитного анализа для управления финансовой устойчивостью предприятий [Текст] / И.А. Слабинская, О.Б. Бендерская // Белгородский экономический вестник. – Белгород: Белаудит, 2013. – № 3 (71). – С. 61-70.
72. Смитиенко Б.М. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / Б.М. Смитиенко, В.К. Поспелов; С.В. Карпова и др. // М. : Мастерство – Москва, 2013. – 304 с.

73. Современный финансово-кредитный словарь [Текст] / под общ. ред. М.Г. Лапусты, П.С. Никольского. – 2-е изд., доп. – М. : ИНФРА-М, 2012. – С. 495.
74. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст] / Л. Е. Строговицкий // Юнити-Дана - Москва, 2013. - 504 с.
75. Тен А.В. Инструменты поддержки принятия решений по обеспечению устойчивого функционирования и развития коммерческой организации [Текст] / А.В. Тен. – М. : Экономическая газета, 2012. – С. 6.
76. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
77. Чеботарева М.С. Анализ и оценка ликвидности баланса и платежеспособности предприятия [Текст] / М.С. Чеботарев // Молодой ученый. – 2012. – №4. – С. 184-186.
78. Черенков В.И. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / В.И. Черненко // Основные операции; Феникс. – М., 2015. – 544 с.
79. Euler Hermes Country Risk Ratings. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eulerhermes.com/economic-research/blog/EconomicPublications/country-risk-ratings-q3-2016-summary-sep16.pdf>.
80. Gouvea, R. Reassessing export diversification strategies: a cross-country comparison / R. Gouvea, G. Vora // Modern Economy. – 2015. – Vol. 6. – P. 96-118.
81. Podhalyuzina, V.A. Analysis of the state of the russian automotive industry / V.A. Podhalyuzina // The First International Conference on Economic Sciences. – Vienna: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2014. – P. 165-169.
82. Podhalyuzina, V.A. Automotive industry in developing countries / V.A. Podhalyuzina // Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives 2nd International symposium. – Vienna: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2014. – P. 153-159.

83. Podhalyuzina, V.A. History of the russian automotive industry / V.A. Podhalyuzina // The First International Conference on History and Political Sciences. - Vienna: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2014. – P. 75-80.

84. World Economic Outlook Update // International Monetary Fund : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/update/02/pdf0716.pdf>(date of access: 29.08.2016). - Title from screen.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Сценарии развития автомобильной отрасли в РФ

Сценарий	Основные положения
Текущий вектор	<ul style="list-style-type: none"> - Продолжение текущих тенденций на автомобильном рынке. - Российские производители работают в качестве сборщиков автомобилей по контракту. - Национальное производство удовлетворяет около 50 % спроса, остальное – импорт. - Автокомпоненты производятся для устаревших российских моделей, незначительные поставки иностранным производителям. - Незначительные НИОКР
Умеренно инновационный	<ul style="list-style-type: none"> - Реструктуризация автомобильной отрасли с целью повышения способности автоиндустрии удовлетворить спрос на внутреннем рынке, малый объем экспорта и импорта. - Акцент на поощрении сотрудничества российских и зарубежных компаний, создании совместных предприятий с зарубежными производителями по выпуску автомобилей и автокомпонентов. - Финансирование части затрат на НИОКР. - Стимулирование повышения степени локализации до уровня 50 %. - Заимствование платформ и другой интеллектуальной собственности
Инновационно активный	<ul style="list-style-type: none"> - Вывод российских автомобилей на уровень глобальной конкурентоспособности с помощью существенной реструктуризации автомобильной отрасли, обширных инвестиций в модернизацию и НИОКР. - Ориентировка на экспорт: треть автомобилей экспортируется. - Конкурентоспособный рынок автокомпонентов. - Ведутся полномасштабные НИОКР, разработка моделей и платформ, ориентированных на мировой рынок
Инновационно пассивный	<ol style="list-style-type: none"> 1. Установление заградительных мер защиты от импорта. 2. Ориентация производства только на внутренний рынок

составлено автором на основе [42]

Возможности применение зарубежных методов финансирования

НИОКР

Инструмент	Описание	Возможность использования в России	Пояснение
Гранты и субсидии на НИОКР	Предоставление государственных грантов на реализацию НИОКР в научно-исследовательских центрах	Есть	Данная практика используется в России. Однако, в условиях целенаправленного развития автомобильной промышленности необходим запуск уникальной программы, направленной на стимулирование НИОКР в ограниченных отраслях, смежных с авто-
Банковские займы	Оформление долгосрочных кредитов в частных и государственных банках на проведение НИОКР	Отсутствует	Пока в России существуют текущие банковские ставки, а также частично перекрыт выход на зарубежные банки капитала, отечественные компании не могут осуществлять экономически эффективные кредитные операции на финансирование долгосрочных научно-исследовательских проектов.
Банковские гарантии	Операции, в соответствии с которыми банк выступает гарантом в обеспечении финансовыми ресурсами определенной деятельности	В России данная практика не распространена (в особенности в сфере НИОКР)	Имплементация данного инструмента – одно из наиболее перспективных направлений перспективного финансирования НИОКР в автомобильной отрасли. Однако, государство должно создать стимулы для осуществления банками подобных процедур (например, разделить обязательства, приняв их часть под собственное обеспечение).
Рынки частного капитала	Использование возможностей фондового рынка для привлечения капитала на НИОКР.	Есть, но очень ограничено	На сегодняшний день рынок частного капитала в России находится на зарождающейся стадии, поэтому в первую очередь Правительство должно искать методы его развития для привлечения все большего количества участников и аккумуляции необходимого объема финансовых ресурсов.

Продолжение приложения 2

Собственный капитал	Перенаправление части собственных доходов компании на проведение внутренних НИОКР, либо на оплату целевых исследований.	Есть	В современной отечественной практике данный метод функционирует в наиболее приближенной к европейской модели.
ПИФ	Создание паевых инвестиционных фондов для реализации наиболее востребованных населением автомобильных проектов	Есть	В России существует пример создания ПИФа в области автомобилестроения – это привлечение средств населения и частных инвесторов к финансированию первого российского электромобиля Ё-мобиль.

составлено автором на основе [81,82]

Сценарии развития автомобильной отрасли на основе технологий

Переменная	Сценарий		
	Текущий вектор	Развитие автоэлектроники	Внедрение нанотехнологий
Уровень технологий	Преобладание технологий четвертой длинной волны	Переход на технологии, относящиеся к пятой длинной волне, развитие электронной промышленности, увеличение доли электроники на отечественных автомобилях	Одновременное освоение технологий пятой и шестой длинных волн, применение нанотехнологий в автомобилестроении
Процент локализации	Достигает установленного в законе уровня 60 % за счет простых узлов и агрегатов и больше не увеличивается	Достигает установленного в законе уровня 60 % на основе сложных узлов и агрегатов; рост уровня локализации продолжается	Достигает высокого уровня (90—100 %)
Заводы и автокомпоненты	Новые производства не открываются. Конкурентоспособность базы автокомпонентов низка	Строительство новых заводов по производству иномарок, увеличение модельного ряда производимых автомобилей. Формирование современной базы автокомпонентов	Строительство новых российских заводов, основанных на освоенных технологиях. База конкурентоспособных автокомпонентов
Персонал	Сохранение рабочих мест, обучение персонала, работающего на конвейере	Новые рабочие места, обучение персонала — как работающего на конвейере, так и инженеров, менеджеров и руководящего персонала	Высококвалифицированный персонал на отечественных заводах, российские центры повышения квалификации на базе освоенных технологий

Источник: составлено автором на основе [44]