

Конкурентные стратегии зарубежных ТНК на автомобильном рынке России.

Малахова Ю.Е.

Транснациональные корпорации в последнее время являются главным фактором развития мировой экономики и международных отношений. Автомобильная промышленность является примером организации транснациональных корпораций. Их развитие и проникновение на зарубежные рынки имеет большое значение для принимающих стран.

В статье, осуществляется анализ развития автомобильной промышленности России с учетом взаимного проникновения зарубежных корпораций. На основе анализа данных об объемах производства и реализации легковых автомобилей было выявлено, что ситуация на авторынке развивается неравномерно. В статье оценивается роль зарубежных ТНК на автомобильном рынке России, и рассматриваются их конкурентные стратегии.

Ключевые слова: ТНК, конкурентные стратегии, автомобильный рынок России, автомобильная промышленность.

Competitive strategies of foreign multinational corporations on the Russian's automotive market.

Malakhova Y.E.

Transnational corporations in recent times are the main factor of development of world economy and international relations. The automotive industry is an example of the organization of transnational corporations. Their development and entering foreign markets is of great importance for host countries.

The article examines the development of the automotive industry of Russia taking into account the mutual penetration of foreign corporations. Based on the analysis of data on volumes of production and sales of passenger cars revealed that the situation on the market develops unevenly. The article assesses the role of foreign transnational corporations in the automotive market of Russia, and discusses their competitive strategies.

The key words: transnational corporation, competitive strategy, the Russian's automotive market, the automotive industry.

Современные тенденции развития мирового хозяйства обостряют процессы конкуренции на мировых рынках. ТНК придают большое значение развитию своих инновационных стратегий в области научно-технических исследований и разработке высших технологий. Необходимость изучения конкурентных стратегий зарубежных ТНК как на уровне национальной, так и глобальной экономики подчеркивается многими исследователями такими, как Брилка М.С., Старкова Н.О., Щиголев А.В., Кандалов В.Н.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на фоне активного потребления автомобильной промышленности в развитых странах, конкурентные стратегии ТНК и их модернизация являются основой для повышения дальнейшей конкурентоспособности производителя. Это приводит к усилению их позиций на внутреннем и зарубежном рынках.

Транснациональные корпорации являются одним из главных механизмов мировой экономики. Они обеспечивают около 50 % мирового промышленного производства. Под определением ТНК понимают комплекс, который использует в своей деятельности международный подход, формирующий транснациональный, производственный, торговый и

финансовый комплекс с единым центром принятия решений в стране базирования и с филиалами в других странах [2, с.132].

Автомобильная промышленность является стратегически важной отраслью. Ее развитие делает страну экономически сильной и независимой.

Российский автомобильный рынок на сегодняшний день относится к наиболее перспективным и динамически развивающимся авторынкам мира. Для многих зарубежных автопроизводителей экономически выгодно организовывать здесь производство своих автомобилей [10, с.86]. Одной из основных причин своего интереса к России компании называют недостаточную автомобилизацию и значительную изношенность отечественного автопарка.

Экономика России по-прежнему борется с очень негативными факторами такими, как рекордно низкие цены на нефть, высокие процентные ставки, финансовые санкции, которые начали набирать обороты еще в 2014 году. Эти факторы сглаживали попытки правительства стимулировать автомобильный рынок, а не генерировали положительный рост. На фоне значительных успехов автомобилей зарубежных брендов результаты отечественных марок выглядят довольно блекло [9, с.216].

Изменение конкурентных стратегий автомобильных компаний происходит в условиях постоянного изменения внешней предпринимательской среды, которая требует постоянного усовершенствования технологии. Это очень важно для удержания своих позиций на фоне растущей конкуренции на автомобильном рынке. Большую роль для производителей приобретают такие ключевые характеристики, как скорость обновления модельного ряда и производство более совершенной продукции с технической и дизайнерской стороны.

Производство автомобилей в настоящее время осуществляется почти в 50 странах мира. При этом больше половины мирового производства автомобильной техники принадлежит Западной Европе, США и Японии. Основными экспортерами и импортерами продукции автомобильной промышленности являются страны Европейского Союза. Основная доля экспорта и импорта осуществляется внутри самого Союза. На втором месте - США. На долю Японии приходится 13,4% экспорта и лишь 1,4% импорта продукции автомобильной промышленности.

Общий мировой показатель продаж легковых автомобилей за 2016 год составляет примерно 89,9 млн ед. [5]. Динамика развития основных стран – лидеров в автомобильной промышленности таких, как Китай, США, Япония, Германия, Южная Корея, Индия, Мексика Бразилия, Испания, Канада показана на рисунке 1.1. [1].

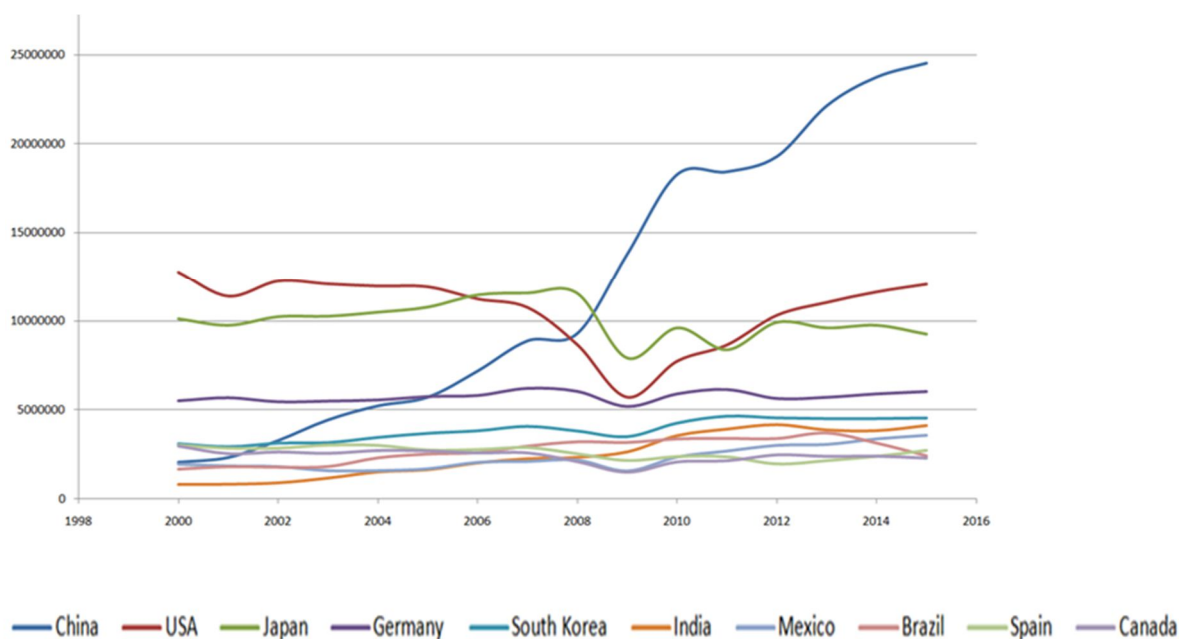


Рисунок 1.1 – страны – лидеры в автомобильной промышленности

Уже не первый год лидером является Китай. На втором месте остается американский рынок, который в прошлом году вырос лишь на 0,5%. Третью позицию заняла Япония. Звание лучшего европейского рынка стабильно удерживает Германия. Пятерку лидеров замыкает Южная Корея. Еще ниже опустилась Индия. На крупнейшем рынке Бразилии был зафиксирован спад продаж легковых автомобилей по сравнению с предыдущим годом на 26% на фоне роста безработицы.

Объемы производства российской автомобильной промышленности сокращаются, начиная с 2013 года, динамика представлена на рисунке 1.2 [1]. Спад продаж связан с сокращением факторов роста. Рынок приблизился к точке насыщения при текущей экономической ситуации.

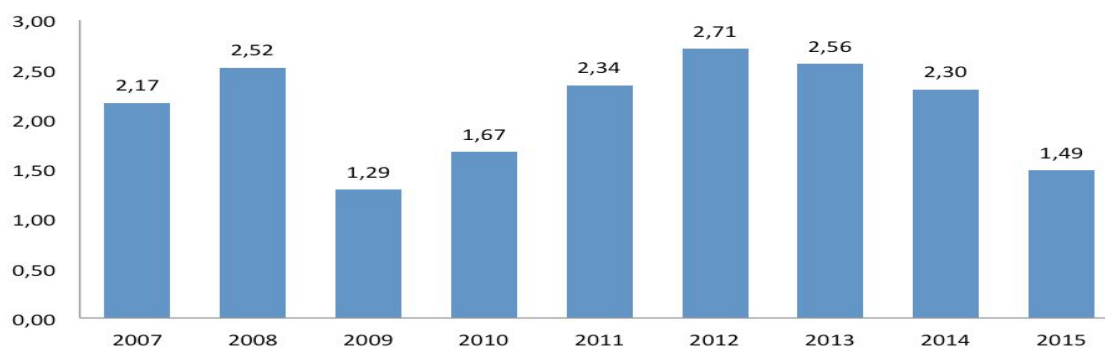


Рисунок 1.2 - динамика продаж новых легковых автомобилей по годам (млн шт.).

Конец 2014 г. прошел на фоне стремительно дешевого рубля. Одновременно с этим активно начали расти цены на новые автомобили вплоть до 2015 г. За 2016 г. объем российского рынка новых легковых автомобилей сократился почти на 20%. Кризис наглядно

продемонстрировал необходимость высокого уровня локализации производства. Весь российский автопром сейчас работает на 40% от своих возможностей [8, с.77].

Для стабилизации ситуации на рынке в 2016 году на совещании о текущем состоянии автомобильной промышленности и основных направлениях стратегии её развития на период до 2025 года [7] были продолжены программы льготного автокредитования, лизинга, субсидирования процентов по инвестиционным кредитам наших компаний.

В 2016 году многие популярные модели иностранных автомобильных концернов были вытеснены с российского рынка по причине низкого спроса и валютных скачков. Огромный спад продаж вынудил автомобильные компании к выводу из РФ моделей, которые не приносили прибыли [4]. Провальным год стал для таких марок как «Suzuki», «Subaru», и «Citroen». С рынка полностью ушли «Opel», «Acura», а в линейке «Chevrolet» остались только американские модели и производимая в России «Niva». «Honda» перешла на поставки машин по предзаказу. Низкий уровень локализации и нежелание принимать дополнительные риски побудили некоторые концерны практически полностью уйти из России.

Прогнозируется, что в 2017 году автомобильный рынок России начнет восстановление, которое продлится ближайшие три года [6, с.99]. Увеличению внутреннего спроса и оживлению масштабов производства должен способствовать накопленный неудовлетворенный спрос.

Отечественная экономика во многих отраслях, кроме сырьевой, в целом, проигрывает экономическое соревнование со многими странами. Не может считаться конкурентоспособной экономика, опирающаяся лишь на одну «сырьевую» ногу [3, с.124].

Для нашей страны сейчас остро стоит вопрос о поиске путей повышения конкурентоспособности национальной автомобильной промышленности и укреплении российских компаний, если они не желают в дальнейшем исполнять роль статистов на отечественном рынке, где основная конкурентная борьба может развернуться между ТНК из развитых стран. Решение данной проблемы во многом зависит от модернизации всех систем данной отрасли. Необходимо наладить работу по импортозамещению автокомпонентов, здесь наши производители находятся в достаточно серьезной зависимости. Выстраивание собственной технологической цепочки – от сырья до готовой продукции, создание базы для разработки перспективных материалов и комплектующих – одни из ключевых задач.

В данных условиях переход на инновационный путь развития – это очевидная необходимость; конкурентоспособность становится ключевой категорией [3, с.124]. Мировой опыт показывает, что именно присутствие на мировом рынке даёт национальной автоиндустрии возможность устойчивого развития в длительной перспективе. Решив

насуточные проблемы и проведя ряд инновационных изменений, российский авторынок сможет рассчитывать на стабильные показатели конкурентоспособности.

Список использованной литературы:

1 Аналитическое агентство «Автостат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru>

2 Брилка М. С. Транснациональные компании: сущность, роль, в современной мировой экономике, основные стратегии развития // Брилка М. С. – Человеческий капитал. 2014. № 6(66). С. 132-138.

3 Ворожбит О.Ю., Осипов В.А., Тонких А.И. Конкурентоспособность экономических систем / Ворожбит О.Ю., Осипов В.А., Тонких А.И. – М.: Изд-во ВГУЭС. 2014. – 124 с.

4 Крупные автомобильные ТНК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://total-rating.ru>

5 Мировой рынок легковых автомобилей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru>

6 Семенова В. Ф. Место России на мировом автомобильном рынке // Семенова В.Ф. – Экономика в эпоху перемен: взгляд в будущее. 2016. С. 99-104.

7 Сопещание о текущем состоянии автомобильной промышленности и основных направлениях стратегии её развития на период до 2025 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/news/>

8 Старкова Н. О., Кандалов Н. В. Теоретические аспекты и основные тенденции современного автомобильного рынка // Старкова Н. О., Кандалов Н. В. – Сибирский экономический вестник. 2016. № 3. С. 77-89.

9 Ходченко С. С. Современный российский рынок автомобилей: структура и особенности предложения // Ходченко С. С. - TERRA ECONOMICUS. 2008. № 4-2. С. 216-219.

10 Щиголев А. В. Перспективы иностранных ТНК на автомобильном рынке России // Щиголев А. В. – Транспортное дело России. 2013. № 4. С. 86-87.