

УДК 339.137.2

UDC 339.137.2

08.00.00 Экономические науки

Economic sciences

ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКОВ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

TRENDS, CHALLENGES AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF FOREIGN AND RUSSIAN PASSENGER CAR MARKETS

Мельников Александр Борисович
д.э.н., профессор
РИНЦ SPIN-код = 1034-5155

Melnikov Alexander Borisovich
Dr. Econ. Sci., Professor
RSCI SPIN-ID = 1034-5155

Фалина Наталья Владимировна
к.э.н., доцент
РИНЦ SPIN-код = 5366-4838

Falina Natalya Vladimirovna
Cand.Econ.Sci., Assistant Professor
RSCI SPIN-ID = 5366-4838

Бледнова Анастасия Владимировна
магистрант
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Краснодар, Россия

Blednova Anastasia Vladimirovna
Undergraduate
Kuban state agrarian University named after I. T. Trubilin, Krasnodar, Russia

В статье рассмотрены основные закономерности развития зарубежного и российского рынка легковых автомобилей, особенности его роста в современных экономических условиях, исследуются мировое производство автотранспортных средств крупнейшими компаниями производителями. Анализируется динамика структуры рынка легковых автомобилей в России. Рассматривается, как современный кризис повлияет на передел мирового рынка автомобилей и тенденции его развития

The article presents main laws of Russian and foreign car markets development, its growth characteristics in present economic context; it examines global manufacturing of vehicles by international auto groups. Car market structural changes in the Russian market are analyzed. The future impact of modern economic crisis on auto market repartition and its development trend is also considered

Ключевые слова: АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА, ЛЕГКОВЫЕ АВТОМОБИЛИ, ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ

Keywords: VEHICLE MANUFACTURING INDUSTRY, GLOBALIZATION, COMPETITIVE STRUGGLE, PASSENGER CARS, TRANSNATIONALISM

Doi: 10.21515/1990-4665-128-003

Значимость автомобильной промышленности в эффективном развитии современной экономики и тенденции этого развития обуславливаются местом автомобильного транспорта в инфраструктуре национальной экономики. Так, страны-лидеры мирового автомобилестроения, в целом занимают лидирующие места по уровню и показателям социально-экономического развития. Автомобильная промышленность оказывает непосредственное воздействие на научно-технический прогресс в стране, а так же является специфическим показателем жизненного уровня населения на основе такого параметра, как платежеспособность.

Автомобилестроение – это отрасль, являющаяся показателем, который обуславливает постоянность социального и экономического развития во всех индустриально-развитых странах, в большинстве стран с развивающейся экономикой, а так же и в России. До 25-30% экономического роста ведущих стран, в отдельные периоды истории, приходилось на автомобилестроение [5].

Необходимо отметить, что автомобилестроение - достаточно широкая сфера, являющаяся одним из основных и постоянных потребителей продукции многих других отраслей промышленности. Таких как, электротехническая, нефтехимическая, текстильная, станкостроительная промышленности, а также черная и цветная металлургия. Прогресс мирового автомобилестроения демонстрирует значительный рост мультипликативных отраслей экономики, а также постоянный рост занятости населения.

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.

Развитию отрасли способствует постоянно повышающаяся потребность людей и общества в автомобилях, производство которых стимулирует дальнейшее развитие других отраслей и национальной экономики. Отсюда следует и в целом экономическое развитие страны, так 1% прироста в автомобилестроении - даст 1,5% прироста ВВП страны [5].

Доля автомобилестроения в ВВП индустриально-развитых стран различна: от 5% у США и Франции, и до 10% у Японии и Германии. В России

указанный показатель не был выше 2,5%, при этом отечественное автомобильное производство отстает даже от не больших автомобильных производителей зарубежных стран, таких как Испания, Италия, Великобритания и др.

Важным фактором является еще и то, что автомобильная промышленность определяет высокую долю занятости трудоспособного населения в тех странах, где производятся, обслуживаются, реализуются автомобили. При этом, страны, производящие автомобили, обеспечивают страны, с которыми у них заключены двусторонние соглашения о сотрудничестве, дополнительными рабочими местами. В особенности, эта доля занятости трудоспособного населения растет за счет привлечения людей в смежные, обеспечивающие автомобильную промышленность, отрасли [4].

Так, в США в отрасли автомобилестроения, а также в смежных ему отраслях, заняты около 12,5 млн. человек, то есть каждый шестой занят в этой промышленности. В России, несмотря на некоторый спад, в данной отрасли из 70 млн. трудоспособного населения занято около 1,7 млн. человек, при этом налоговые поступления от деятельности предприятий автомобилестроения в бюджет составляют 2,5-3% от общего объема.

Развитие автомобилестроения тесно связано с научно-техническим прогрессом: развитие всей автомобильной промышленности базируется на знаниях и достижениях прикладных и фундаментальных наук. Автомобилестроение как разрабатывает передовые новшества в технологиях, так и является активным их потребителем. Создание новейших моделей требует различных инновационных исследований, технологических и технических новшеств. При этом выпуск технологически сложной продукции, сопровождается рядом требований с законодательной стороны и со стороны рынка. Это и дает возможность осуществления научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок.

Сегодня автомобильная промышленность является ведущей отраслью машиностроения в экономике индустриально-развитых стран. Об этом свидетельствует ряд факторов:

- во-первых, ежедневно растет потребность людей в приобретении автомобилей для личных хозяйственных задач;

- во-вторых, автомобильная промышленность характеризуется высокой наукоемкостью и высокотехнологичностью. Различные отрасли, предприятия и организации, выполняющие ее многочисленные заказы, находятся в тесной взаимосвязи с ней. Инновации и новые технологии, которые внедряются и развиваются в автомобильной промышленности, приводят к совершенствованию производства, а затем происходит подъем всей автомобильной промышленности и экономики в целом;

- в-третьих, эта отрасль во всех индустриально-развитых странах относится к числу наиболее результативных отраслей народного хозяйства, она способствует росту внутреннего и внешнего товарооборота, пополняет бюджет, принося существенный доход от продаж;

- в-четвертых, автомобильная промышленность является, безусловно, стратегически важной отраслью, ее развитие способствует росту экономической силы и независимости страны. Масштабное использование передовых образцов автомобильной техники в армии, бесспорно, способствует росту оборонной мощи страны и обеспечивает ее высокий статус на международной арене. В целом, все эти факторы позволяют рассматривать автомобильную промышленность, как отрасль, занимающую одну из передовых позиций в мировой экономике.

Родителем массового производства потребительских товаров около века назад стала именно автомобильная промышленность. Автомобилестроение впервые появилось в Германии и Франции, но оно стало активно развиваться в США благодаря такому нововведению Генри Форда, как конвейер. Причем достаточно долго автомобилестроение лидировало по

сравнению с другими отраслями по степени организации процесса производства. Впоследствии его назвали «промышленностью промышленностей». Кстати, эта же отрасль первой ощутила на себе массовое недовольство покупателей, когда в 1960-е годы американские потребители сочли национальные автомобили недостаточно безопасными. И первой попала под жесткий контроль и регулирование со стороны государства: начиная от экологии производства и заканчивая вопросами антимонопольной политики [5].

В наше время автомобилестроение учло весь опыт и ошибки производства прошедшего столетия и сосредоточило в себе самые передовые технологии массового производства и маркетинга [9].

Основной тенденцией начала нового столетия можно считать медленное сокращение западных (США, Европа) рынков в мировой автоиндустрии. Недавно прошедший экономический кризис выявил, что сформировавшаяся избыточность рынков этих стран определяет постоянное перепроизводство транспортных средств и ТНК индустриально-развитых странах испытывают значительные потери. Именно по этой причине в рейтинге основных ТНК все более заметные позиции начинают занимать представители азиатского региона. В сложившихся условиях принципиально моментом для крупных ТНК западных стран является не сокращение издержек производства и его перераспределение в постепенно развивающиеся регионы, как раньше, а создание существенно новых транспортно-логистических схем, соединение разработок и научного потенциала и, в конечном итоге создание глобальных мобильных автокомплексов [9].

В данном периоде 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: 1) возможность одновременной эффектив-

ной деятельности на нескольких рынках; 2) конкурентоспособность и финансовая устойчивость; 3) неоклассическая схема организации производства автомобилей.

Основными тенденциями глобализации современного автопрома являются:

1) значительный рост оптимальных объемов изготовления продукции автомобильной промышленности;

2) инвестирование крупными производителями автомобилей в развитие производственных мощностей размещенных на территории развивающихся стран;

3) рост продаж автомобилей, работающих на альтернативных видах топлива;

4) стандартизация и унификация всего модельного ряда;

5) появление «гибких производств» в автомобилестроении [13,14].

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 [6,16].

Большинство крупных мировых автопроизводителей были вынуждены, под воздействием обрушившегося финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг., отказаться от стратегии активного развития и прибегнуть, вынужденно, к стратегии выживания. При этом часть игроков автомобильного рынка надеялись на активное участие государства. Другие – опирались почти только на рыночные механизмы. При этом основное число антикризисных мер сводилось к решению экономических трудностей авто-

мобильных компаний, посредством осуществления финансовой помощи [13,14].

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 [16].

С начала 2000-х годов – до настоящего момента – в Китае наиболее активно развивается отрасль автомобилестроения. Размер китайского автомобильного рынка в 2009 году составил 10,4 млн. единиц, что выше показателя 2008 га на 54,1 %. В 2015 году рынок автомобилей Китая вырос до 25,7 млн. автомобилей.

Тем не менее, 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 2015 году достигло 9,77 млн. шт., что превышает показателя 2014 года на 5,1 % (в 2014 году - 9,27 млн. штук). Экспорт японских легковых автомобилей в 2015 году был равен 4,57 млн. штук, в 2014 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 2015 году основным импортером автомобилей Японии стали США - 1,6 млн. штук, что выше показателя 2014 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%) [1,2].

Направления развития, которые сформировались в мировом автомобилестроении в последние годы, не изменились - основные мировые производители 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 [17]. Американский, европейский и японский рынки (80% мировой реализации автомобилей) уже потеряли темпы своего роста. За период с 2000 - 2015 годов объем производства автомобилей увеличился на 32 %, при этом его география характеризовалась тем, что в 5 крупнейших странах-производителях (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% [6].

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, производителей, таких как Канада, Испания, Бельгия расширяют свое производство. [11].

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 [8].

Мировые продажи легковых автомобилей в 2016 году составили 89,8 миллиона авто, что выше уровня 2015 года на 2,5% (самый низкий рост в 2014-2015 гг. – 1,5%) (табл. 1). Североамериканские продажи легковых автомобилей увеличились на 2,5% до 20,6 миллионов единиц в 2016 году, по

причине продолжающегося восстановления на рынке США, где продажи достигли 18,0 млн. единиц (прирост 2,9%).

Продажи легковых автомобилей в Китае выросли на 5,3% до 25,7 млн. в 2016 году. Однако, несмотря на более широкий доступ к кредитам, расширение дилерских сетей и программы утилизации, предполагающие стимулирования продаж, рост объема продаж легковых автомобилей снизился (рост в 2014-2015 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) [5].

Таблица 1 – Продажи легковых автомобилей в мире (по регионам), млн. ед

Страна, регион	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Китай	19,1	21,4	23,1	24,4	25,7
США	14,5	15,6	16,5	17,5	18,0
Западная Европа	11,8	11,5	12,1	13,2	13,5
Индия	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0
Россия	3,2	2,8	2,5	1,6	1,6
Мир в целом	79,5	82,8	86,3	87,6	89,8

Продажи автомобилей в 2016 году в странах Западной Европы составили 13,5 млн. авто, что на 2,3% выше уровня 2015 года. Высокие темпы роста можно наблюдать в 2016 году в Индии – 7,1% по сравнению с 2015 годом, а на конец периода объем продаж легковых автомобилей в стране составил 3,0 млн. авто.

В 2015-2016 годах произошло снижение продаж в России на 36% по сравнению с 2014 годом до 1,6 млн. единиц, что в два раза меньше по сравнению с показателем 2012 года. Причинами таких изменений являются сохраняющиеся последствия низких цен на нефть, экономические санкции

западных государств, наложенных на экономику России, и величина обменного курса рубля.

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 [3].

На сегодняшний день транснациональные корпорации являются фундаментом экономики большинства развитых стран, ведущей силой их развития и повышения эффективности. Отличительной особенностью автомобильного рынка Европейского Союза является, прежде всего, высокая степень локальной конкуренции производителей во главе с крупнейшими автомобильными гигантами Volkswagen AG и PSA (производителем Peugeot и Citroën).

Японские корпорации, покорившие в свое время рынки Азии и Северной Америки сегодня крайне осторожно пробираются на рынки Европы. А между тем, Япония занимает второе место в мире по индексу значимости автомобильной промышленности в национальной экономике (53%), уступая лишь США (89%). Toyota Motor Corporation (далее Toyota) не только является самым успешным автопроизводителем на родине, но и пятый год подряд удерживает позицию крупнейшего в мире автомобильного концерна [12].

В 2015 году немецкий производитель автомобилей компания Volkswagen обогнал по объему продаж лидера среди мировых производителей автомобилей японскую компанию Toyota. Объемы продаж Volkswagen в первой половине 2015 года составили 5,04 млн. авто, в то

время как Toyota за тот же период реализовала 5,02 млн. авто. Этому послужили ряд причин. Во-первых, падение продаж компании Toyota произошло из-за сокращения спроса на автомобили в Китае. Во-вторых, даже несмотря на ряд преимуществ, которые компания получила после ослабления японской иены, она так и не смогла обеспечить получение выгоды в Европе.

Тем не менее, Toyota опять заняла лидирующие позиции на мировом рынке автомобилей, а в 2015 году ее общий объем продаж составил порядка 10 млн. авто, в то время как Volkswagen продал 9,93 млн. автомобилей. В 2016 году эти показатели составили - 10,2 и 10,1 млн. автомобилей, соответственно (табл. 2).

Таблица 2 – Топ-10 крупнейших автомобильных компаний в мире, 2016 г.

Место	Компания	Страна	Объем продаж, млн. ед.	Кол-во сотрудников, тыс. чел.
1.	Toyota Motor	Япония	10,2	330,0
2.	Volkswagen Group	Германия	10,1	592,6
3.	General Motors	США	9,9	216,0
4.	Renault-Nissan Alliance	Франция, Япония	8,5	450,0
5.	Hyundai Motor Group	Южная Корея	7,7	249,4
6.	Ford Motor	США	6,3	224,0
7.	Fiat-Chrysler	Италия, США	4,8	228,7
8.	Honda Motor	Япония	4,4	199,4
9.	PSA Peugeot-Citroen	Франция	2,9	184,8
10.	Suzuki	Япония	2,9	14,6

Рейтинг стран, по показателю продаж автомобилей, в ближайшее десятилетие может измениться. Наибольший потенциал представляют страны БРИКС. Рынки стран БРИКС будут подниматься по рейтингу выше. У России в этом ряду – меньший потенциал, если смотреть на такие показатели, как количество автомобилей на тысячу человек, ВВП на душу населения, и на макроэкономические прогнозы экспертов.

Основными тенденциями развития российского автомобильного рынка на современном этапе являются:

1. В настоящее время российский автомобильный рынок восстанавливается после финансового кризиса как в количественном, и денежном выражении.

2. Наибольшим источником роста рынка являются модели бюджетного сегмента, спрос на которые растет наиболее высокими темпами.

3. Около трети автомобилей, произведенных в России, «русские иномарки», т.е. иностранные автомобили, собранные на заводах в России.

4. Повышение таможенных пошлин, обесценение рубля и субсидируемые ставки по кредитам на покупку автомобилей российского производства значительно увеличили долю автомобилей, собранных в России, в общих продажах [14].

Как уже было отмечено выше, в 2015 году снижение продаж на российском рынке легковых автомобилей составило 36,0 %, по сравнению с показателем 2014 года (табл. 3). Объем продаж снизился на 890 тысяч единиц.

Таблица 3 – Топ-10 автомобильных компаний по продажам в РФ, тыс.ед.

Компания	2014 г.	2015 г.	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 2014-2015 гг. умень-

шение 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.

Второе место у Kia – объем продаж на российском рынке составили 163,5 тыс. единиц, что ниже показателя 2014 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 2015 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 2015 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 2015 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 2014 году и продолжали свою активность в 2015 году. Эти факторы значительно нивелировали действия мероприятий, которые правительство пыталось осуществлять, чтобы активизировать рынок легковых автомобилей, а не способствовало положительному росту. Ситуация, когда в такой сложной конкурентной обстановке производители и поставщики изменяют ин-

вестиционные стратегии, не смогла не сказаться на крупнейшем автомобильном гиганте страны, как ОАО «АвтоВАЗ». Данная компания запустила продажи новых моделей Vesta и XRAY. В 2017-2018 гг. прогнозируется постепенное возрождение компании, которое может продлиться до конца десятилетия [5]. 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 %) [4].

Согласно предлагаемой программе развития, которая была представлена Министерством промышленности и торговли РФ, к 2020 г. на заводе ОАО «АвтоВАЗ» предполагается значительное повышение качества выпускаемых автомобилей. При этом намечается достижение такого уровня производительности труда, который был бы сопоставим с лидирующими международными автомобильными компаниями. Поставленные задачи можно решить за счет технических и технологических инноваций. Для осуществления данных целей планируются инвестиции в размере 183,5 млрд. руб., которые будут освоены разработкой и внедрением инноваций технического и технологического характера. К 2020 г. планируется постановить девяти новых моделей на производство и увеличить его объем до 1,2 млн. авто. в год [6].

В целом, основное назначение сформулированной в России «Стратегии развития автомобильной промышленности на период до 2020 г.» – максимизирование добавленной цены, производимой в отечественной автомобильной промышленности, при достаточном подборе и качестве продукции.

Одним из перспективных путей повышения конкурентоспособности отечественного автомобилестроения является расширение сотрудничества в формате БРИКС, в т. ч. путем участия России в международных цепочках производства добавленной стоимости [10].

Таким образом, возникает новый подход в техническом развитии автомобилей, внедряются отдельные технологии и новшества в организацию производства. Эти научно-технические тенденции выражаются в снижении расхода топлива и сокращении вредных выбросов, появлении сверхлегкого автомобиля, повышении безопасности, качества, надежности и долговечности, а также в создании интеллектуальных автомобильно-дорожных систем.

Таблица 4 – Цели развития автомобильной промышленности России на период до 2020 г.

2020 год: Максимизирование добавленной стоимости, созданной в России, по всем этапам цепочки формирования стоимости (с настоящего уровня ~23% до уровня 45–50% в 2020)			
Автопроизводители:		Поставщики:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Максимальное обеспечение внутреннего спроса за счет внутреннего производства; 2. Максимально высокая доля экспорта; 3. Поддержание и развитие отечественных брендов, имеющих положительный образ в России и за рубежом. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие производства ключевых комплектующих и достаточной сырьевой базы в России; 2. Максимальное сосредоточение производства комплектующих и автомобилей всех автопроизводителей; 3. Высокий уровень концентрации для использования эффекта масштаба; 4. Достижение глобального стоимостного преимущества по производству комплектующих. 	
Интеллектуальная собственность:			
Наличие собственной базы НИОКР и патентной базы по главным элементам/ компонентам индустриальным решениями.			
Сценария развития автомобильной промышленности:			
«Текущий вектор»	«Партнерство»	«Крупный экспортер»	«Закрытый рынок»
продолжение существующих тенденций на автомобильном рынке без значительных изменений	реструктуризация автоотрасли с целью повышения способности российской автомобильной промышленности удовлетворить внутренний спрос рынке	выход российской автоиндустрии на уровень глобальной конкурентоспособности за счет ее реструктуризации, крупных инвестиций в модернизацию российских активов и в НИОКР, а также некоторое ужесточение таможенных мер для импорта на внутреннем рынке	введение заградительных мер защиты от импорта внутреннего рынка, а так же существенное участием государства в развитии автопрома

В автомобильной промышленности новыми, современными тенденциями являются:

– уменьшение издержек производства и, как следствие, цены самого автомобиля. При этом одновременно растет стоимость новых конструкторских разработок и внедрение новых технологий, так как растут запросы потребителей и вверяются новые более серьезные законодательные акты;

– в условиях создания автомобиля будущего происходит ужесточение конкурентной борьбы за лидерство на мировом рынке, а также усиливается интеграция производителей автомобилей и поставщиков комплектующих;

– специализация научных исследований и производства, на основе МРТ (в головном предприятии в настоящее время осуществляется производство лишь 35-50% деталей, узлов и агрегатов, оставшееся попадает на сборочный завод в рамках кооперации) [10].

Прогнозируется, что к 2030 году объем мирового автомобильного рынка увеличится на 40-45% по сравнению с текущим уровнем и достигнет объема продаж 125-130 млн. автомобилей, из них 75% - это будут легковые автомобили и 25% - коммерческие. Ведущая роль отводится Китаю, величина продаж автомобильного рынка которого уже через 15 лет вырастет до 40 млн. авто. Возможен существенный рост рынков Индии, Бразилии и некоторых азиатских стран. Начнет меняться качественная структура авторынка. Автомобили станут доступнее все большему числу потребителей и появится так называемая мода обновления, когда каждое новое поколение авто будет обладать все большими функциями «гаджета», которые будет сложно воспроизвести на предыдущей модели.

Литература

1. Береза А.И. Основные тенденции развития автомобильного рынка в 2015-2016 году [Электронный ресурс] / А.И. Береза // Экономика и социум. – 2016.-№3(22). – Режим доступа: <http://iurp.ru>

2. Ершова Н.В. Особенности подхода японского бизнеса к инвестиционным проектам в России: автореф. дис. канд. экон. наук / Н.В. Ершова. - Москва, 2013. – 26 с.

3. Клепицкая С.О. Транснациональные корпорации как фактор глобализации мирового хозяйства / С.О. Клепицкая, К.Э. Тюпаков // Научное обеспечение агропромышленного комплекса: сб. тр. науч.-практич. конф. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – С. 1037-1038.
4. Кондратьев В.Б. Автопром: Кризис и инновации / В.Б. Кондратьев // Мировая экономика и международные отношения.- 2014. -№ 3. - С.12-21.
5. Королев П.А. Конкурентные стратегии транснациональных корпораций Японии на мировом рынке автомобилей: автореф. дис. канд. экон. наук / П.А. Королев.– Москва. - 2014. -26 с.
6. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие/ Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина – М.: ОМЕГА-Л, 2009. – 328 с.
7. Мельников А.Б. Формирование концепции продовольственной безопасности России / А.Б. Мельников, В.В. Сидоренко, И.В. Снимщикова, П.В. Михайлушкин // Экономика сельского хозяйства России. - 2016. - № 12. - С. 2-7.
8. Мельников А.Б. Роль транснациональных корпораций в современной мировой экономике / А.Б. Мельников, Е.Е. Дудинова // Российская экономическая модель-2: динамика и контексты: сб. тр. науч.-практич. конф.- Краснодар: КубГАУ, 2013. - С.388-395.
9. Мировая экономика: учеб. пособие / И.В. Снимщикова, К.Э. Тюпаков, Л.А. Белова; под ред. А.Б. Мельников. – Краснодар: КубГАУ, 2009.- 404 с.
10. Модернизация России: проблемы и пути их решения: кол. монография / Нигматулин Р.И., Чуев, А.В., Абрамов М.Д. и др . – М.: Изд-е АНО «Экспертно-аналитический центр по модернизации и технологическому развитию экономики», 2012.- 541 с.
11. Моржаретто И.А. Отложенный спрос / И.А. Моржаретто // За рулем.- 2014.- № 3. -14 с.
12. Нелина Н.И. Особенности функционирования транснациональных корпораций в мировой экономике [Электронный ресурс] / Н.И. Нелина, Н.В. Фалина // Экономика и социум. - 2015. - № 2-3 (15). - С. 892-895. – Режим доступа: <http://iupr.ru>
13. Российская экономическая модель-6 сценарии будущего: коллективная монография / под общ. ред. А.И. Трубилина, В.И. Гайдука. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2016.- 498 с.
14. Самохвалова Е.К. Экономические последствия вступления России в ВТО [Электронный ресурс] / Е.К. Самохвалова, Н.В. Фалина // Экономика и социум. - 2016. - № 1 (20). - С. 839-844. – Режим доступа: <http://iupr.ru>
15. Снимщикова И.В. Транснационализация как объективный фактор глобализации российского потребительского рынка / И.В. Снимщикова, М.М. Лазгиев // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. Краснодар: Изд-во «Наука и образование», 2015. - С.341-345.
16. Татарина С.М. Транснационализация бизнеса как ключевая стратегия японских компаний в условиях кризиса / С.М. Татарина // Вестник МГИМО Университета. - №3. - 2012. - С. 210-219.
17. Трубилин А.И. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб.пособие / А.И. Трубилин, А.Б. Мельников, Н.В. Фалина. – Краснодар: КубГАУ, 2011.- 219 с.

References

1. Bereza A.I. Osnovnye tendencii razvitiya avtomobil'nogo rynka v 2015-2016 godu [Jelektronnyj resurs] / A.I. Bereza // Jekonomika i socium. – 2016.-№3(22). – Rezhim dostupa: <http://iupr.ru>
2. Ershova N.V. Osobennosti podhoda japonskogo biznesa k investicionnym proektam v Rossii: avtoref. dis. kand. jekon. nauk / N.V. Ershova. - Moskva, 2013. – 26 s.
3. Klepickaja S.O. Transnacional'nye korporacii kak faktor globalizacii mirovogo hozjajstva / S.O. Klepickaja, K.Je. Tjupakov // Nauchnoe obespechenie agropromyshlennogo kompleksa: sb. tr. nauch.-praktich. konf. – Krasnodar: KubGAU, 2016. – S. 1037-1038.
4. Kondrat'ev V.B. Avtoprom: Krizis i innovacii / V.B. Kondrat'ev // Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija.- 2014. -№ 3. - S.12-21.
5. Korolev P.A. Konkurentnye strategii transnacional'nyh korporacij Japonii na mirovom rynke avtomobilej: avtoref. dis. kand. jekon. nauk / P.A. Korolev.– Moskva.-2014.-26 s.
6. Mazilkina E.I. Upravlenie konkurentosposobnost'ju: ucheb. posobie/ E.I. Mazilkina, G.G. Panichkina – M.: OMEGA-L, 2009. – 328 s.
7. Mel'nikov A.B. Formirovanie koncepcii prodovol'stvennoj bezopasnosti Rossii / A.B. Mel'nikov, V.V. Sidorenko, I.V. Snimshhikova, P.V. Mihajlushkin // Jekonomika sel'skogo hozjajstva Rossii. - 2016. - № 12. - S. 2-7.
8. Mel'nikov A.B. Rol' transnacional'nyh korporacij v sovremennoj mirovoj jekonomike / A.B. Mel'nikov, E.E. Dudinova // Rossijskaja jekonomicheskaja model'-2: dinamika i konteksty: sb. tr. nauch.-praktich. konf.- Krasnodar: KubGAU, 2013. - S.388-395.
9. Mirovaja jekonomika: ucheb. posobie / I.V. Snimshhikova, K.Je. Tjupakov, N.V. Falina; pod red. A.B. Mel'nikov. – Krasnodar: KubGAU, 2009.- 404 s.
10. Modernizacija Rossii: problemy i puti ih reshenija: kol. monografija / Nigmatulin R.I., Chuev, A.V., Abramov M.D. i dr . – M.: Izd-e ANO «Jekspertno-analiticheskij centr po modernizacii i tehnologicheskomu razvitiyu jekonomiki», 2012.- 541 s.
11. Morzharetto I.A. Otlozhennyj spros / I.A. Morzharetto // Za rulem.- 014.-№ 3. -14 s.
12. Nelina N.I. Osobennosti funkcionirovanija transnacional'nyh korporacij v mirovoj jekonomike [Jelektronnyj resurs] / N.I. Nelina, N.V. Falina // Jekonomika i socium. - 2015. - № 2-3 (15). - S. 892-895. – Rezhim dostupa: <http://iupr.ru>
13. Rossijskaja jekonomicheskaja model'-6 scenarij budushhego: kollektivnaja monografija / pod obshh. red. A.I. Trubilina, V.I. Gajduka. – Krasnodar: Prosveshhenie-Jug, 2016.- 498 s.
14. Samohvalova E.K. Jekonomicheskie posledstvija vstuplenija Rossii v VTO [Jelektronnyj resurs] / E.K. Samohvalova, N.V. Falina // Jekonomika i socium. - 2016. - № 1 (20). - S. 839-844. – Rezhim dostupa: <http://iupr.ru>
15. Snimshhikova I.V. Transnacionalizacija kak ob#ektivnyj faktor globalizacii rossijskogo potrebitel'skogo rynka / I.V. Snimshhikova, M.M. Lazgiev // Gumanitarnye, social'no-jekonomicheskie i obshhestvennye nauki. Krasnodar: Izd-vo «Nauka i obrazovanie», 2015. - S.341-345.
16. Tatarinova S.M. Transnacionalizacija biznesa kak kljuhevaja strategija japonskih kompanij v uslovijah krizisa / S.M. Tatarinova // Vestnik MGIMO Universiteta. - №3. - 2012. - S. 210-219.
17. Trubilin A.I. Vneshnejekonomicheskaja dejatel'nost' predprijatija: ucheb.posobie / A.I. Trubilin, A.B. Mel'nikov, N.V. Falina. – Krasnodar: KubGAU, 2011.- 219 s.
18. Falina N.V. Analiz struktury i dinamiki jekspporta rossijskoj produkcii / N.V. Falina, T.S. Chertova // Proryvnye jekonomicheskie reformy v uslovijah riska i neopredelennosti: sb. tr. nauch.-praktich. konf. – Ufa: NIC «AJETERNA, 2016. – S. 175-182.