

УДК 338.012

А.В. Пасько

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ СТРУКТУРЫ ТОВАРОПОТОКОВ НА СОВРЕМЕННОМ МИРОВОМ РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

***Аннотация.** На современном этапе в условиях ужесточения конкуренции на мировом рынке легковых автомобилей для него становится характерным не только усложнение товаропотоков, но и трансформация отраслевой структуры. В статье проведена оценка качественных сдвигов, происходящих в мировом автомобилестроении на протяжении последних лет.*

***Ключевые слова:** автомобилестроение, мировой рынок автомобилей, трансформация, транснациональные корпорации (ТНК).*

Alexander Pas'ko

FEATURES OF TRANSFORMATION OF TRADE STRUCTURE IN THE MODERN WORLD MOTOR VEHICLES' MARKET

***Annotation.** At the present stage, in the conditions of toughening of the competition in the world motor vehicles' market for it there is characteristic not only a complication of trade structure, but also transformation of industry structure. In the article evaluation of the high-quality shifts happening in world automotive industry for the last years is carried out.*

***Keywords:** automotive industry, world motor vehicles market, transformation, multinational corporations.*

В наиболее развитых экономически странах, наряду с рынком жилищной и коммерческой застройки, автомобильная промышленность признается одним из основных драйверов роста экономики страны в целом. С одной стороны, отрасль привлекает огромные инвестиции в целевые исследования и разработки, что дает значительный вклад в ее и так высокую капитализацию, а с другой стороны, автомобиль является продуктом «высокого передела», т.е. при его изготовлении «задействуется» большое число смежных отраслей и производств. Таким образом, если рассматривать автомобильную отрасль с позиций интересов государства, то здесь должна быть заинтересованность как с точки зрения влияния на динамику валового внутреннего продукта (ВВП), так и, учитывая большое число трудоспособного населения, вовлеченного в рынок, с точки зрения влияния на занятость [6].

Состояние рынка легковых автомобилей находится в тесной зависимости от уровня покупательной способности населения. Влияние это проявляется как на количественных характеристиках рынка, так и на его качественной структуре. Здесь необходимо учитывать, что помимо затрат на приобретение автомобиля, потребитель несет значительные «издержки владения», связанные с необходимостью оплаты страхования, дорожного налога, покупки бензина, масел, антифриза и т.д. Эти издержки тем выше, чем выше класс приобретенного автомобиля. Поэтому для кризиса характерна ситуация, когда на вторичном рынке появляется большое количество автомобилей и происходит постепенное снижение средней цены предложения [8]. Это, в свою очередь, оказывает дополнительное давление на рынок новых автотранспортных средств, ухудшая его показатели в еще большей степени.

В последние годы автомобильная промышленность по всему миру испытала значительные трудности, обусловленные глобальным финансовым кризисом 2008–2009 гг. [2]. Спрос на легковые автомобили тогда снизился в большинстве регионов мира. На сегодняшний день суммарный объем производства легковых автомобилей во всем мире значительно превышает докризисный уровень. Это

произошло за счет увеличения спроса как со стороны развитых, так и развивающихся рынков. Учитывая рост продаж в Северной Америке и Китае, продажи легковых автомобилей во всем мире в 2015 г. достигли отметки в 87,4 млн единиц [3]. Данное увеличение всего на 1,5 % по сравнению с 2014 г. – самый низкий рост с 2010 г. Отрасль продолжает свое восстановление после глобального экономического кризиса, в то время как рост во всем мире замедляется, в том числе на фоне неопределенности в России и Южной Америке.

Продажи легковых автомобилей в Северной Америке увеличились на 5,5 % до 20,6 млн единиц в 2015 г., по причине продолжающегося восстановления на рынке США, где продажи достигли 17,5 млн единиц (увеличение на 6,0 %). Так же увеличение мировых продаж связано с тем, что цены на бензин остаются низкими, доверие потребителей растет и финансирование легко доступно. Продажи легковых автомобилей в Китае выросли на 5,6 % до 24,4 млн в 2015 г. [3]. Несмотря на более широкий доступ к кредитам, расширение дилерских сетей и программы утилизации, предназначенные для стимулирования продаж, рост объема продаж легковых автомобилей снизился, вслед за замедлением роста китайской экономики в целом. Продажи легковых автомобилей в России, которая находится в глубокой рецессии, имея дело с энергонезависимой валютой и перспективами обострения ситуации с Украиной, сократились в 2015 г. на 36 % по сравнению с предыдущим годом до всего 1,6 млн единиц, что вдвое меньше по сравнению с продажами 2012 г. [3].

В перспективе автомобильный рынок США, поддерживаемый низкими процентными ставками по кредитам и низкими ценами на бензин, будет оставаться сильным. Хотя процентные ставки будут медленно повышаться, условия для покупок будут оставаться хорошими, что позволит рынку продолжить расти в 2016 и 2017 гг. В Западной Европе импульс роста также силен.

В свою очередь резко возрос оптимизм по поводу активности продаж на китайском рынке, так как правительство объявило меры по сокращению налога на покупку автомобиля для небольших автомобилей. Тем не менее, по-прежнему сохраняющаяся волатильность фондового рынка может отпугнуть некоторых покупателей. В настоящее время ожидается рост продаж легковых автомобилей на 5–6 % в 2016 г. – этого достаточно, чтобы увеличить продажи более, чем на 1,3 млн единиц [3].

В 2015 г. самой продаваемой в мире моделью легковых автомобилей стала Toyota Corolla, которая уже в течение нескольких лет является лидером по объему продаж. Второй год подряд вплотную за лидером следует Volkswagen Golf. Замыкает тройку лидеров Ford Focus. Обращает на себя внимание тот факт, что все три модели относятся к классу компактных («В» и «С» в европейской классификации). Самый быстрый рост продаж за год продемонстрировала китайская модель Wuling Hongguang (+67.2 %) – компакт-вэн, ориентированный в первую очередь на внутренний рынок Китая [9].

Несмотря на общую положительную динамику мирового рынка легковых автомобилей, его показатели значительно разнятся в зависимости от регионов и стран, а перспективы выглядят неопределенными: «старые» рынки насыщены, а большинство «новых», имея потенциал роста, не могут похвастаться стабильностью своей экономики, а, следовательно, и покупательного спроса. При этом даже на фоне прочих стагнирующих рынков, показатели российского рынка автомобилей в настоящее время выглядят обвальными. С качественной точки зрения отрасль становится все более технологичной, а производители объединяют свои усилия по разработке и продвижению новой продукции. В техническом плане отрасль идет по пути все большей экологичности и безопасности, и в ней все большую роль играют информационные технологии.

Ряд новых тенденций охватил автомобильную промышленность, поскольку наметились сдвиги в потребительском спросе и расширились нормативные требования к безопасности и экономии топлива. Что касается первого, то потребители, по всей видимости, пересматривают давние предпочтения к отдельным автомобильным брендам, и рассматривают автомобили скорее как транспортное

средства. Хотя это, вероятно, не окажет существенное влияние на объем продаж, однако влияет на то, сколько люди готовы платить за автомобили. Увеличение нормативных требований, ужесточение средней экономии топлива в США, а также в остальной части мира, обходится дорого для производителей.

Во всем мире в 2015 г. был отмечен рост производства легковых автомобилей на 1,1 % по сравнению с предыдущим годом. В то время как Южная Корея рискует потерять долю рынка, Германия показала удовлетворительные показатели. В 2015 г. Индия находилась на грани превращения в крупного производителя легковых автомобилей: количество автомобилей, произведенных в Индии, в 2014–2015 гг. возросло с 3,16 до 3,38 млн единиц [10].

Китай, Япония, Германия, Южная Корея и США сегодня объединяют крупнейших производителей легковых автомобилей. На сегодняшний день объем продаж автомобилей в этих странах вернулся к докризисному уровню благодаря увеличению спроса, особенно со стороны азиатских рынков. Китай является крупнейшим производителем, выпустив более 21 млн автомобилей в 2015 г., заняв более 22 % мирового производства [3]. Крупнейшим в Китае производством автомобилей является совместное предприятие между General Motors и SAIC Motor Corporation Limited, известное как Shanghai General Motors Company Ltd. Эта компания производит и продает легковые автомобили под марками Chevrolet, Opel и Cadillac.

Производство легковых автомобилей в Европе показало умеренный рост в 2015 г. (+ 2,0 %), тогда как в США оно выросло на 2,7 %, достигнув 9,3 млн единиц (на основе продолжающегося роста его внутреннего спроса). Производство легковых автомобилей в Южной Америке существенно снизилось (-19,1 %) в течение года. Высокая инфляция и процентные ставки в Бразилии влияют на производство, что привело к снижению на 19,8 %. Китай, несмотря на замедление темпов прироста производства, сохранил свое лидирующее положение среди производителей легковых автомобилей, что составляет четверть мирового производства. Производство в Японии снизилось (-6,4 %) до 7,6 млн единиц в 2015 г., ввиду застоя внутренних продаж. После увеличения налога на потребление в 2014 г. производство автомобилей в Южной Корее составило 4,2 млн единиц [3].

На корпоративном уровне в современном глобальном автомобилестроении происходит несколько определяющих тенденций. Во-первых, существенно изменяется география мирового автомобилестроения. В частности, наблюдается изменение позиции крупнейших транснациональных корпораций (ТНК) США, стран Европейского союза (ЕС) и Азии на мировом рынке. Только ТНК Южной Кореи и Японии способны к укреплению своих позиций на рынках автомобилей США и ЕС, что обусловлено высоким уровнем надежности и экономичности из стран Азии. Помимо прочего, на мировом рынке автомобилей усиливаются позиции Китая, который наращивает экспорт автомобилей в страны Ближнего и Среднего Востока, а также страны ЕС. Китайские ТНК уже приступили к масштабной разработке продукции, предназначенной исключительно для рынков стран ЕС и США. Наконец, перспективными центрами развития мирового автомобилестроения становятся Филиппины, Таиланд, Сингапур, Малайзия и Индонезия [4]. В свою очередь, мы наблюдаем рост производственных мощностей ключевых автомобильных ТНК в ряде восточноевропейских стран – Польше, Венгрии, Словакии и Чехии. Ключевой фактор, обуславливающий внедрение на рынки этих стран, – сравнительно недорогие ресурсы. Однако некоторые страны в деле привлечения инвестиций в автомобилестроение сформировали собственные, уникальные конкурентные преимущества. В частности, в Чехии к ним относятся: выгодность экономико-географического положения, высокая квалификация инженерного персонала, наличие диверсифицированной инфраструктуры, налаженная база субподрядчиков, благоприятное законодательство по привлечению иностранных инвестиций [1].

Следует отметить изменение структуры производства на современном мировом рынке автомобилей. Так, развитые страны в последние годы переходят от крупносерийного производства к мел-

косерийному, однако при этом увеличивая ассортимент продукции. Это, например, находит свое подтверждение при анализе изменений модельного ряда на рынках США и Европы. В дополнение к указанному, необходимо указать на кризис мощностей в автомобилестроении развитых стран, когда предложение этих мощностей существенно превышает спрос на них. Так, компания General Motors кардинальным образом перестраивает свою стратегию в ЕС, объединяя ряд подразделений (в Германии, Швеции и Великобритании), устраняя ряд дублирующих функций в ряде подразделений, сужая специализацию в отдельных странах, а также перенося некоторые производства из стран ЕС в страны Азии [7].

Для современных ТНК в мировом автомобилестроении характерной становится смена маркетинговых стратегий. Эти стратегии модифицируются с учетом перенасыщенности рынков, кризиса перепроизводства и снижения темпа роста спроса в развитых странах. Однако даже с учетом глобализации мировой экономики, следует учитывать уникальность и специфику отдельных региональных или национальных рынков автомобилей, поскольку глобализация в целом не ведет к глобализации предпочтений. Для каждого рынка сохраняются собственные требования относительно характеристик автомобилей, а интеграция автомобильных ТНК не должна отражаться на диверсификации и разнообразии предложения [5]. Требования к безопасности обуславливают все большую необходимость применения концепции просвещенного и экологического маркетинга. Применение последнего направлено на преодоление проблем защиты окружающей среды, дефицита ресурсов, быстрого старения населения и роста его численности. Также необходимо учитывать усиление ряда инновационных параметров автомобилей, а для многих производителей это становится ключевым методом конкурентной борьбы.

Библиографический список

1. Инновационная стратегия развития России в условиях усиления международной конкуренции: монография / Под ред. Л. А. Толстолесовой. – Новосибирск : СибАк, 2013. – 172 с.
2. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник для бакалавров / Под ред. Р. К. Щенина, В. В. Полякова. – М. : Юрайт, 2014. – 446 с.
3. Мировой рынок легковых автомобилей в 2015–2016 годах [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ereport.ru/articles/commod/auto.htm> (дата обращения : 16.10.2016).
4. Пасько, А. В. Корпоративные стратегии автомобильных корпораций в условиях глобализации мирового автомобилестроения / А. В. Пасько // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 20. – С. 38–50.
5. Пасько, А. В. Особенности влияния глобализации на развитие мировой автомобильной промышленности / А. В. Пасько // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 15. – С. 59–62.
6. Пасько, А. В. Параметры и факторы развития мирового автомобилестроения в начале XXI столетия / А. В. Пасько // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – № 27. – С. 27–34.
7. Пасько, А. В. Предпосылки трансформации стратегий автомобильных транснациональных корпораций в современных условиях / А. В. Пасько // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 17. – С. 80–82.
8. Пасько, А. В. Факторы международной конкурентоспособности производителей автомобилей (на примере США) / А. В. Пасько // Актуальные аспекты современной науки : сб. материалов V-й международной научно-практической конференции; отв. ред. Е. М. Мосолова. – Липецк : ООО «Радужи», 2014. – С. 54–64.
9. Продажи автомобилей в мире – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://global-finances.ru/prodazhi-avtomobiley-v-mire-2015/> (дата обращения : 17.10.2016).
10. Passenger car production in selected countries in 2015, by country (in million units) [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.statista.com/statistics/226032/light-vehicle-producing-countries/> (accessed date : 20.10.2016).