

**Шишова И.А.**

**Shishova I.A.**

**Безгласная Е.А.**

**Bezglasnaya E.A.**

**Самарский государственный экономический университет**

**Конкурентоспособность автомобильной промышленности в условиях  
модернизации**

**Competitiveness of the automotive industry in terms of  
modernization**

Одной из важнейших отраслей экономики, ведущей областью отечественного машиностроения, определяющей экономической и социальный уровень развития страны является автомобильная промышленность. Ситуацию в российской автомобильной промышленности в последние несколько лет можно охарактеризовать как неоднозначную. С одной стороны, происходил бурный рост рынка, вызванный, в том числе, ростом покупательской способности населения, развитием потребительского кредитования и укреплением национальной валюты. С другой стороны, постоянно сокращается доля отечественных производителей на автомобильном рынке при одновременном усилении конкуренции внутри ценовых сегментов. Исходя из этого изучение конкурентоспособности продукции автомобильной промышленности в новых условиях развития, характеризующихся высокими темпами глобализации экономических процессов, гиперконкуренцией, масштабами инновационной деятельности, инновационной активностью и ростом качества трудовых ресурсов определяет актуальность темы.

Конкурентоспособность автомобильной отрасли характеризует экономическую ситуацию, включая проектные, производственные,

распределительные и потребительские аспекты результатов экономической деятельности автопрома, позволяющая оценить положение автомобильных компонентов относительно сходных компонентов-конкурентов на рынке.

В данный момент автомобильная промышленность находится в новых условиях развития, представленных как модернизация российского автопрома. Модернизирование выражается прежде всего в ускоренной либерализации автомобильного рынка, направленная на ужесточение конкуренции с зарубежными производителями, в ходе которой на рынке останутся только конкурентоспособные производства. Упрощение условий доступа иностранных производителей на российский рынок, отказ государства от протекционистской экономической политики. Стимулирование инноваций в автопроме, развитие производства и поддержка сбыта продукции в стране и за рубежом. Мировой опыт государственного участия, направленного на развитие автомобильного производства внутри страны, заключается в поддержке инновационности автомобильной промышленности (стимулирование разработок новой продукции и применения новых технологий производства). Государство принимает активное участие в создании основных фондов автомобильного производства, таких как подготовка квалифицированных кадров, предоставление информации о зарубежных рынках, и т.д. В условиях бескомпромиссной международной конкуренции в автомобилестроении создание национальных автомобильных кластеров - один из лучших способов развития автомобильных индустрий в развивающихся странах.<sup>1</sup> Создание и развитие автомобильных кластеров должно иметь широкую государственную или муниципальную поддержку. Все же, существующая государственная поддержка автопрома в России недостаточна для модернизации отрасли. Сейчас в автомобильной промышленности существует ряд тенденций, которые свидетельствуют о важности и значении

---

<sup>1</sup> Грызлов Б. "Модернизация страны - задача долговременная и многоплановая" // Рос. Федерация сегодня. - 2011. - N 1. - С.26-29.

её, а также смежных с ней отраслей в экономике промышленно развитых стран. Наблюдается совершенно новый подход в техническом развитии автомобиля, организации и технологии его производства. Научно-технические тенденции заключаются в уменьшении расхода топлива и снижении вредных выбросов, разработке сверхлегкого автомобиля, повышении безопасности, качества, надежности и долговечности, а также в развитии интеллектуальных автомобильно-дорожных систем<sup>2</sup>.

Рассматривать конкурентоспособность автомобильной промышленности в столь развивающихся условиях невозможно без учета ее критериев. Основные условия конкурентоспособности описываются с помощью цены, качества, ассортимента, новизны и имиджа модели.<sup>3</sup> Сопоставляя эти критерии, потребитель покупает товар, ориентируясь в определенной степени на каждый критерий в зависимости от своих требований. Так, например, ценовая политика производителей автомобильной продукции не имеет существенных различий как у нас в стране, так и за рубежом. При этом цена является одним из основных критериев конкурентоспособности. Исходя из объема вторичного рынка (Рисунок 1), продаваемые автомобили имеют существенный ценовой размах. Значит, покупатель ориентирован и на более комфортабельные модели, но в меньшей степени. Это происходит из-за недостатка средств для их покупки, именно поэтому по объему продаж первое место на вторичном рынке, а

---

<sup>2</sup> Ильяшенко, В. Перспективы развития отечественного автопрома // Вопр. экономики. - 2009. - №12. - С.136-140.

<sup>3</sup> [http://www.znaytovar.ru/s/Kriterii\\_konkurentosposobnosti.html](http://www.znaytovar.ru/s/Kriterii_konkurentosposobnosti.html)

значит и на первичном занимает малобюджетный автомобиль - Lada. В этом

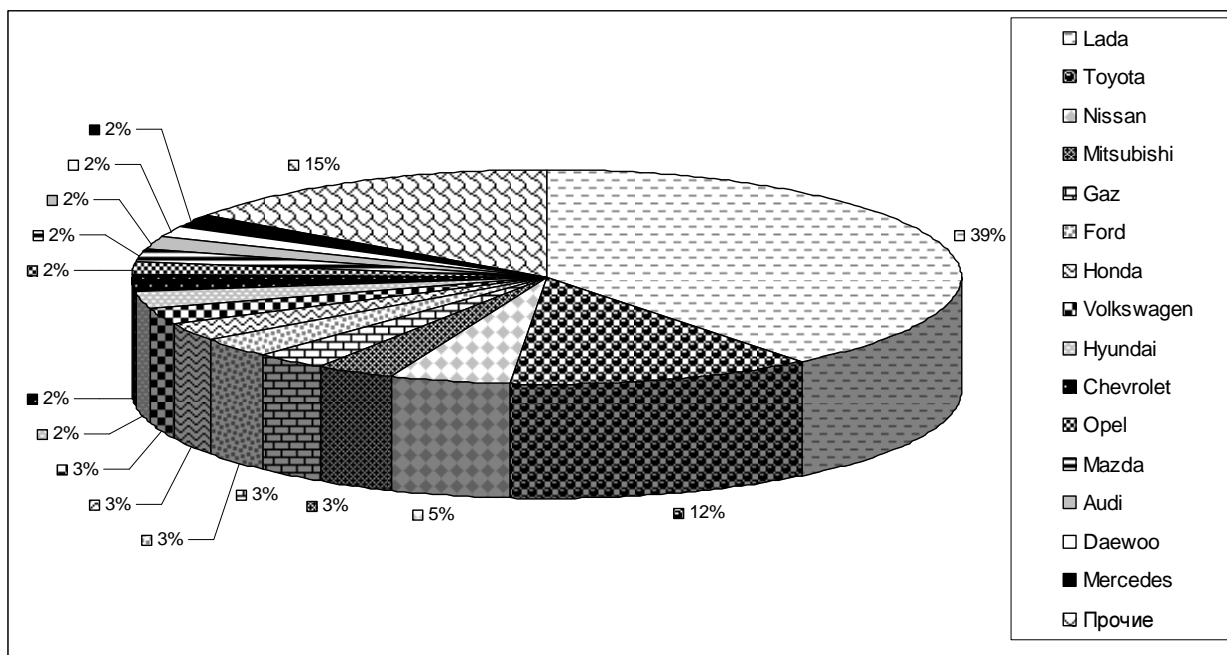


Рис. 1, Объем вторичного рынка в России

Источник: [http://www.akm.ru/rus/news/2009/october/01/ns\\_2806585.htm](http://www.akm.ru/rus/news/2009/october/01/ns_2806585.htm)

случае происходит сопоставление критериев цены и качества, так как для Российского автомобильного рынка характерна проблема - низкий уровень денежных доходов населения. Характерный пример низкому уровню денежных доходов является периодичность смены старого автомобиля на новый (рисунок 2).

При низкой средней заработной плате по экономике, вопросы безопасности, комфорта и надежности, отходят для среднестатистического россиянина на второй план. Поэтому модернизационные процессы должны быть направлены в сторону снижения стоимости компонентов, необходимых для автомобильного парка. Рассматривая совместно критерии цены и качества конкурентоспособности автомобилей, можно столкнуться с неопределенностью, которая представлена как рынок "лимонов". Существуют недоуменные замечания по поводу значительной разницы в ценах на новые автомобили и автомобили, которые только что покинули витрины торговых залов. Обычное объяснение этого феномена сводится к

тому, что указанная разница представляет собой плату за удовольствие от обладания "новым" автомобилем. Автомобили классифицируются всего по двум признакам: с одной стороны, новые и подержанные, с другой – хорошие и плохие (в Америке последние называют "лимонами"). Новая машина может быть хорошей, но может оказаться и "лимоном"; то же самое верно и для подержанных машин.

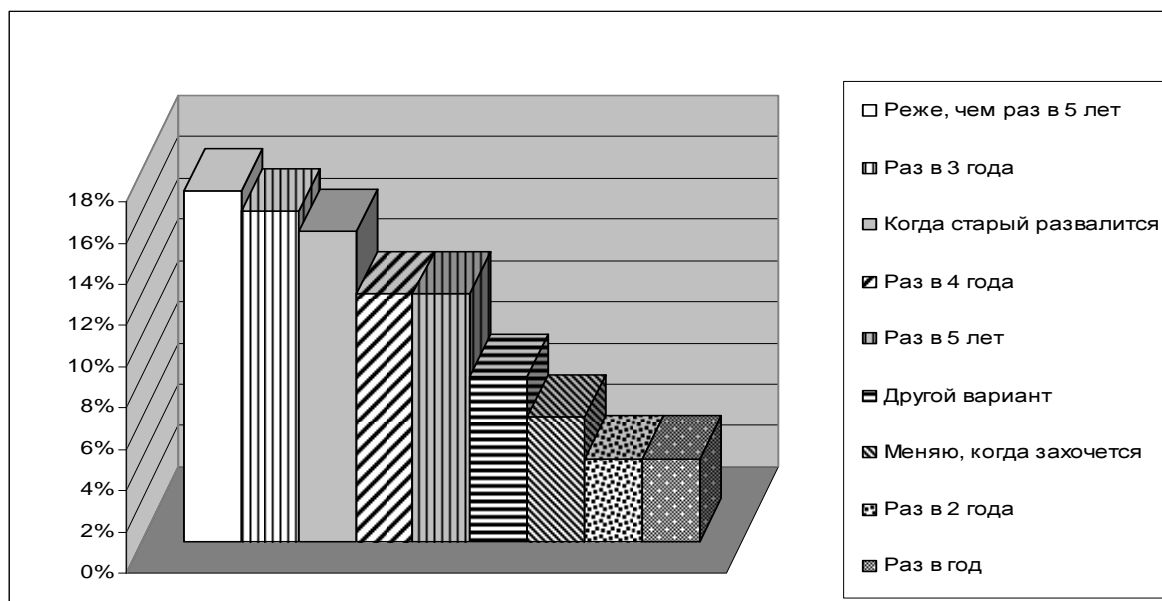


Рис. 2, Периодичность смены старого автомобиля на новый в России

Источник: Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». АВТОСТАТ.

Приобретая новый автомобиль, индивид заранее не знает, что он покупает – хорошую машину или "лимон". Однако ему известно, что с вероятностью  $q$  данная машина окажется хорошей, а с вероятностью  $(1-q)$  – плохой; предполагается, что  $q$  – это доля хороших машин среди всех произведенных, а  $(1-q)$  – доля "лимонов". Вместе с тем владелец автомобиля, пользовавшийся им какое-то время, способен лучше разобраться в том, что за машина ему досталась, т.е. он присваивает новую вероятность тому, что его автомобиль – "лимон". Таким образом, возникает асимметрия доступной информации, поскольку продавцы теперь знают о качестве машин больше, чем покупатели. В то же время и хорошие, и плохие автомобили все равно должны продаваться по одной цене, ибо покупатель не может отличить

хорошей машины от плохой. Очевидно, что подержанный автомобиль не может оцениваться так же высоко, как новый – иначе владельцам "лимонов" было бы выгодно продать свои машины, а затем по той же цене купить новые, вероятность которых оказаться хорошими ( $q$ ) выше, а плохими – ниже. "Плохие" машины имеют тенденцию вытеснять с рынка "хорошие".<sup>4</sup> Плохие машины вытесняют хорошие, потому что и те, и другие продаются по одной и той же цене. В связи с этим покупатель не может отличить их друг от друга, поэтому сталкиваясь с вопросом о соотношении цены нового и подержанного автомобиля, потребитель и в том и в другом случае может наткнуться на "лимон". Следовательно, рациональнее приобрести автомобиль с меньшей стоимостью, потому что вероятность приобретения автомобиля плохого качества не исчезает с увеличением цены.

В тоже время общий уровень конкурентоспособности отечественных автомобилей определяет выпуск наиболее современных моделей, несмотря на то, что предпочтение отдается автомобилям с меньшей стоимостью. Поэтому тревожным для отечественной автомобильной промышленности остается постоянный рост цен на выпускаемую продукцию, снижается главное конкурентное преимущество отечественных автомобилей – их невысокая цена<sup>5</sup>. Существует альтернатива нехватки денежных средств на покупку автомобиля – широкое распространение выдачи автокредитов. При этом наблюдается положительная динамика выдачи автокредитов(Рисунок3).

---

<sup>4</sup> Джордж А. Рынок "лимонов": неопределенность качества и рыночный механизм - Thesis, 1994.

<sup>5</sup> Журавлев Е.А.С надеждой на будущее // Автомобили и цены. 2010. №30. — с. 39



Рис. 3, Динамика выдачи автокредитов в России в 2007-2011 году

Источник: Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». АВТОСТАТ.

Не смотря на это, в автомобильной промышленности возрастная структура парка легковых автомобилей оставляет желать лучшего, и этому свидетельствует рисунок 4.

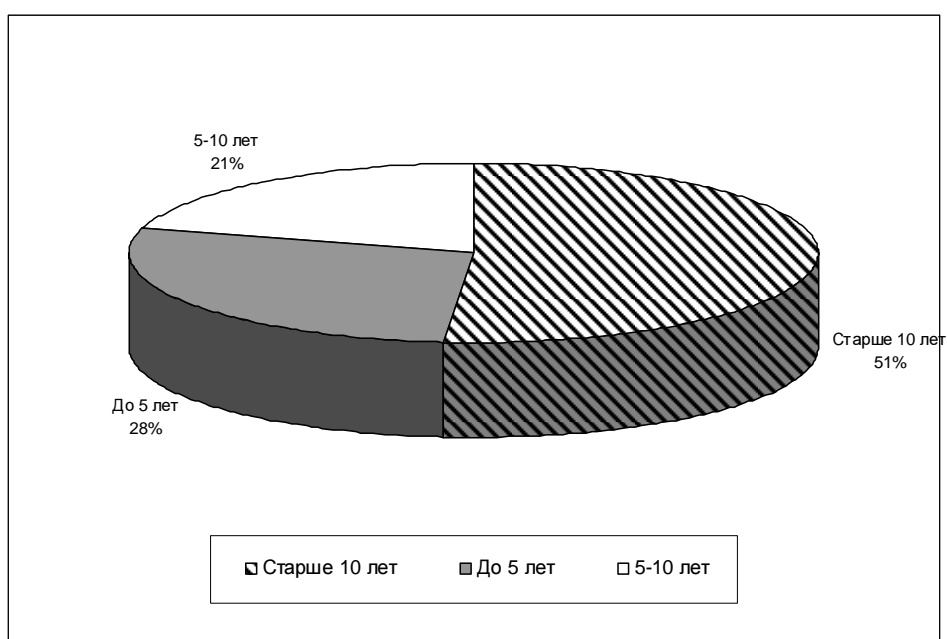


Рис. 4, Возрастная структура парка легковых автомобилей в России в 2011 г.

Источник: Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». АВТОСТАТ.

Этому свидетельствует и преобладание автомобильных компонентов на вторичном рынке, а не на первичном, но при этом доля первичного рынка по сравнению с 2010 годом увеличилась (рисунок 5).

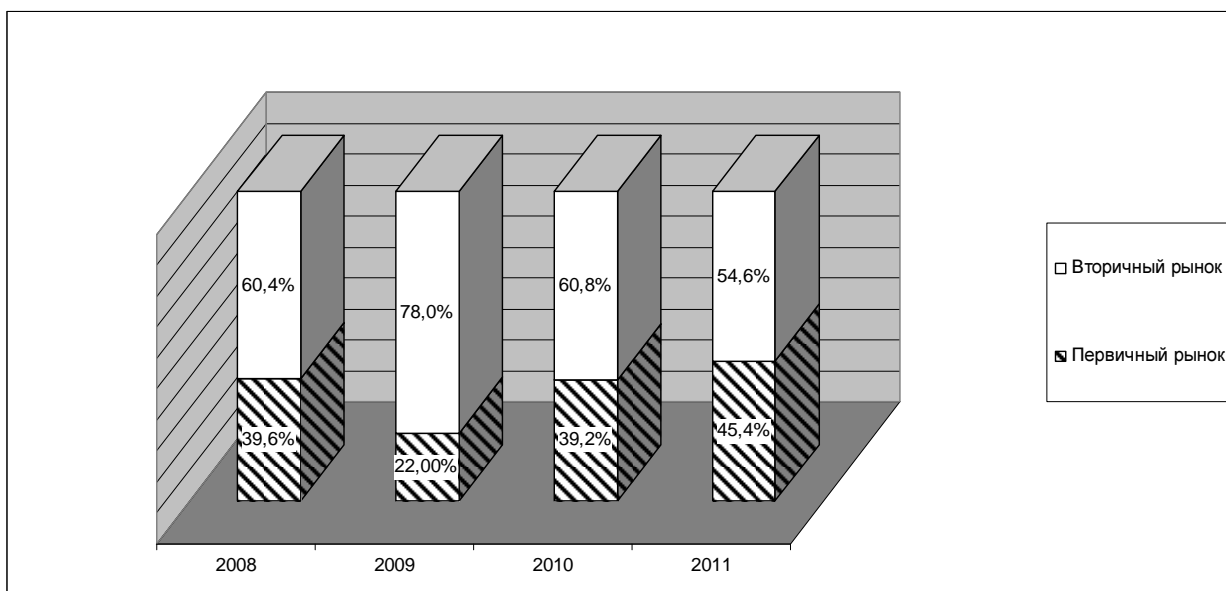


Рис. 5, Суммарный объем рынка автомобильных компонентов в России в 2011г.

Источник: Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». АВТОСТАТ.

Добиться повышения конкурентоспособности нельзя без кардинального изменения всей экономической системы управления на уровне отдельного предприятия, отрасли, региона, всего национального хозяйства. Кардинальное решение проблемы качества все-таки надо связывать с модернизацией производства и внедрением инновационных разработок.<sup>6</sup> Одной из новейших разработок является Ё-мобиль. Возможно, что Ё-мобиль - будущее автомобильной промышленности.

Не смотря на инновационную разработку, которая представлена в качестве проекта «Ё-мобиль» следует признать, что в стратегическом плане не существует альтернативы направлению развития, ориентированному на рост качественных характеристик выпускаемой продукции. Проблема состоит в том, чтобы рост качественных характеристик национального производства, по крайней мере, не уступал среднемировой динамике прогресса качества.

<sup>6</sup> Абрамов М. О некоторых направлениях модернизации // Свободная мысль. - 2011. - N 2. - С.57-70.



Исходя из представлений об атмосфере, в которой находится автомобильная промышленность, рассмотрим конкурентоспособность сравнивая Россию и Европу. В расчетах представлено десять самых популярных автомобилей в первом полугодии 2011 года на основе этого оценим уровень конкурентоспособности соответственно в России и Европе (с учетом территориальных особенностей и уровня цен) (Таблица 1):

Таблица 1

Россия				Европа			
марка машины	Q	ср.ур. цен	К в расчете на 1000 жителей	марка машины	Q	ср.ур. цен	К в расчете на 1000 жителей
Lada Kalina	72576	332000	0,52	Volkswagen Golf	2253300	740000	2,77
Lada Priora	69500	374550	0,5	Ford Fiesta	1956000	790400	2,4
Lada 2105/2107	68298	188450	0,49	Volkswagen Polo	188200	599000	0,23
Lada Samara	53591	283900	0,386	Opel Corsa	170700	780000	0,21
Renault Logan	41934	403450	0,302	Renault Clio	162500	720000	0,2
Hunday Solaris	40351	524000	0,29	Opel Astra	162300	675000	0,199
Ford Focus	38438	549900	0,277	Ford Focus	149300	549900	0,183
Niva 4*4	27575	340000	0,199	Peugeot 207	141000	599900	0,173
Nexia	26097	293500	0,188	Volkswagen Passat	132000	100000	0,162
Kia Rio	2445	54900	0,176	Renault	129200	650000	0,159

	5	0		Megane			
СРЗНАЧ		38387 5	0,3328			710420	0,6686

Составлено по: <http://autostat.ru>

Представим нормированные значения для среднего уровня цен с помощью метода многомерной средней, для того чтобы значения были сравнимаемыми и результат стал более точным (Таблица 2).

Таблица 2

Россия			Европа		
марка машины	ср.ур.цен	Q в расчете на 1000 жителей	марка машины	ср.ур.цен	Q в расчете на 1000 жителей
Lada Kalina	1,15625	0,52	Volkswagen Golf	0,96003	2,77
Lada Priora	1,0249	0,5	Ford Fiesta	0,89881	2,4
Lada 2105/2107	2,037	0,49	Volkswagen Polo	1,186	0,23
Lada Samara	1,3521	0,386	Opel Corsa	0,9108	0,21
Renault Logan	0,9515	0,302	Renault Clio	0,9867	0,2
Hunday Solaris	0,7326	0,29	Opel Astra	1,0525	0,199
Ford Focus	0,6981	0,277	Ford Focus	1,2919	0,183
Niva 4*4	1,129	0,199	Peugeot 207	1,1842	0,173
Nexia	1,30792	0,188	Volkswagen Passat	0,71042	0,162
Kia Rio	0,6992	0,176	Renault Megane	1,093	0,159
многомерная средняя для среднего уровня цен	1,108865	3,328		1,027432	6,686

Итак:

- уровень конкурентоспособности автомобилей в России опишем следующим образом (при этом пользуемся нормированными значениями):

$$\overline{CP}^t = \sum_{a=1}^n Q^t / \sum_{a=1}^n (Pr)^t \quad ^7, \text{ где}$$

$\overline{CP}^t$  - средний уровень конкурентоспособности автомобилей в стране на t-й год;

$Q^t$  - количественная оценка, един.;

n - численность автомобильного парка страны, тыс. шт.;

$(Pr)^t$  - средний уровень цен автомобилей в стране на t-й год, тыс. руб..

$$\overline{CP}^t (\text{в России}) = 3,328 / 1,108865 = 3,001$$

- уровень конкурентоспособности автомобилей в Европе:

$$\overline{CP}^t (\text{в Европе}) = 6,686 / 1,027432 = 6,507$$

Таким образом:  $\overline{CP}^t (\text{в России}) / \overline{CP}^t (\text{в Европе}) = 2,2$

Следовательно, уровень конкурентоспособности автомобильной промышленности в России меньше в 2,2 раза меньше, чем в Европе. В автомобилестроении j всего технологического оборудования старше 20 лет. Износ производственных фондов в промышленности приблизился к 60%, то есть к порогу, за которым начинается физическое выбытие производственного потенциала, возникает угроза, полного разрушения производительных сил страны.<sup>8</sup> Необходимо существенно модернизировать российский автопром, так как негативное влияние на уровень конкурентоспособности российской промышленности оказывают моральное старение и физический износ основных производственных фондов.

<sup>7</sup> Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий. - М., 2011. - 296с.

<sup>8</sup> Белкин В.Д. Инновационная модернизация российской экономики - утопия или реальность / В.Д.Белкин, В.П.Стороженко // Экон. наука соврем. России. - 2009. - N 1. - С.73-82.

Модернизации необходима для обеспечения конкурентной позиции на мировом рынке, а для нее в свою очередь необходимы инвестиционные вложения, поэтому на долгосрочную перспективу государство предлагает план необходимых инвестиций в данную отрасль, чтобы она смогла выйти на конкурентоспособный уровень на мировой арене (Рисунок 6).

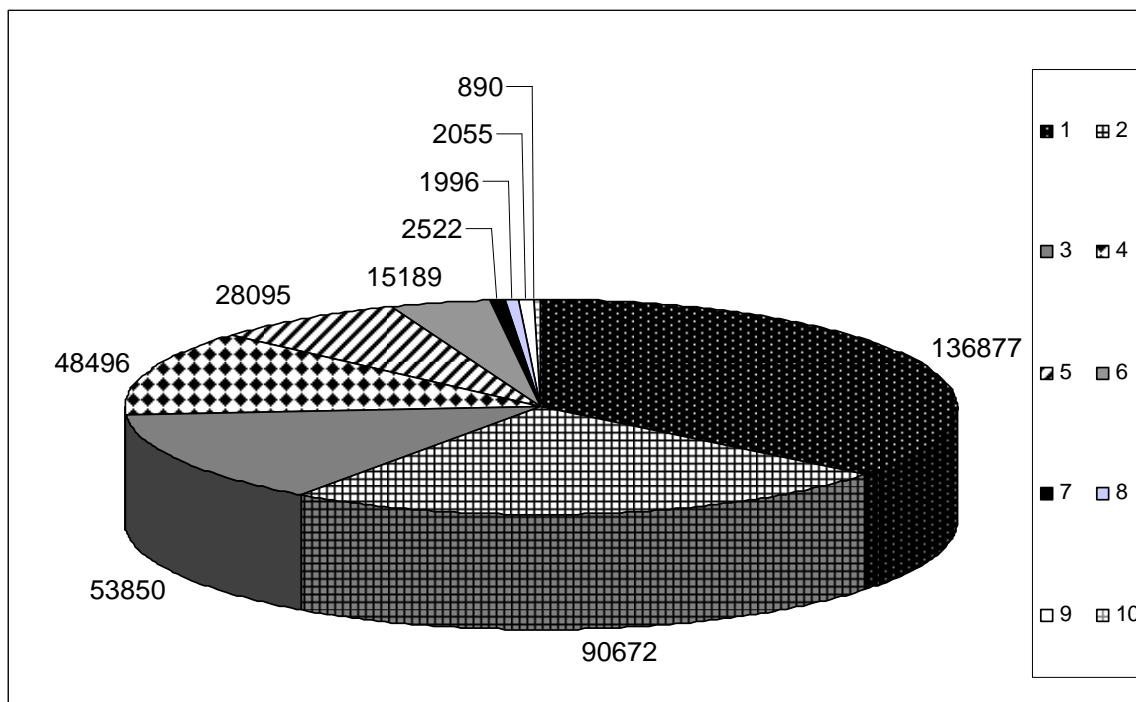


Рис. 6, Общая инвестиционная программа автомобильной отрасли с 2011-2020 г.г., млн. руб.

Источник: Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года // Минпромторг России

Для того, чтобы автомобильная промышленность была конкурентна уже в 2012 году, необходим определенный, запланированный выпуск автомобилей (Рисунок 7).

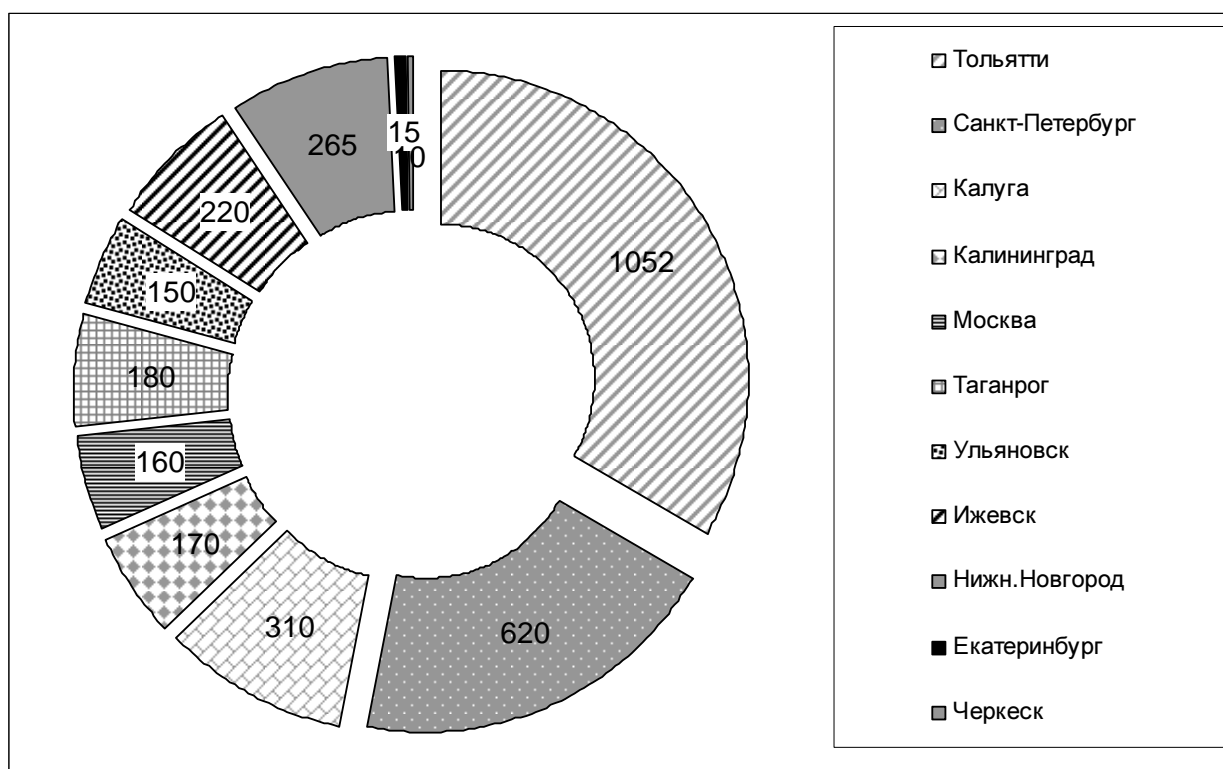


Рис. 7, Перспективный выпуск автомобилей в России в 2012 г., тыс. штук

Источник: Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». АВТОСТАТ.

Существенные приоритеты в развитии отечественного автопрома можем наблюдать на основе оценки текущих и прогнозных макроэкономических параметров развития автомобилестроения в России. Развитие автопрома в России в прогнозе на 2020 год показывает, что важнейший макроэкономический показатель – ВВП имеет возрастающую положительную динамику.

Изучив конкурентоспособность продукции автомобильной промышленности в условиях модернизации и рассчитав уровень конкурентоспособности в России и Европе, можно сделать вывод, что касательно автомобильной промышленности России свойственны показатели ниже, нежели в Европе. Для Российского автомобильного рынка характерна проблема – низкий уровень денежных доходов, что так или иначе влияет на конкурентность, но эту проблему с легкостью возможно преодолеть с помощью расширенных масштабов выдачи автокредитов. Непосредственно также негативное влияние на конкурентоспособность отечественного

автопрома оказывает моральное старение и физический износ основных производственных фондов. Этому свидетельствует преобладание автомобильных компонентов на вторичном рынке, а не на первичном, но при этом доля первичного рынка по сравнению с 2010 годом увеличилась. Добиться повышения конкурентоспособности нельзя без кардинального изменения всей экономической системы управления. Для проведения модернизации необходимы денежные средства, поэтому планируется инвестиционная программа автомобильной отрасли, что позволит России выйти на конкурентоспособный уровень на мировой арене.

#### Список литературы

1. Ильяшенко, В. Перспективы развития отечественного автопрома (на примере ОАО "АвтоВАЗ")
2. Сярдова Оксана Михайловна. Деятельностью предприятий автомобильной промышленности ( на примере ОАО "АвтоВаз") Диссертация на соискание учен. степ. к.э.н. / Немцев А.Д.- науч.руков. - Тольятти : ТГУ, 2009. - 161с.
3. Сорокожердьев В.В. Модернизационные механизмы обеспечения конкурентоспособности и качественного экономического роста / В.В.Сорокожердьев, З.М.Хашева // Экон. наука соврем. России. - 2010. - N 4. - С.131-134.
4. Попадюк Т.Г. Оценка потенциала конкурентоспособности промышленности // Вопросы статистики. - 2009. - N 10. - С.80-84.
5. Абрамов М. О некоторых направлениях модернизации // Свободная мысль. - 2011. - N 2. - С.57-70.
6. Акаев А.А. Технологическая модернизация промышленности и инновационное развитие - ключ к экономическому возрождению России в XXI веке / А.А.Акаев, И.Е.Ануфриев, Г.Н.Попов // Инновации. - 2011. - N 11. - С.15-28.
7. Белкин В.Д. Инновационная модернизация российской экономики - утопия или реальность / В.Д.Белкин, В.П.Стороженко // Экон. наука соврем. России. - 2009. - N 1. - С.73-82.

8. Грызлов Б. "Модернизация страны - задача долговременная и многоплановая" // Рос. Федерация сегодня. - 2011. - N 1. - С.26-29.
9. Мартынов А. Модернизация как трансформация // Общество и экономика. - 2010. - N 6. - С.3-30.
10. Алиев З. Конкурентоспособность в эпоху глобализации // Власть. - 2009. - N 2. - С.34-37.
11. Еленева Ю.Я. Обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий. - М., 2010. - 296с.
12. Акерлоф Д. Рынок "лимонов": неопределенность качества и рыночный механизм - Thesis, 1994.
13. Журавлев А. С надеждой на будущее // Автомобили и цены. 2010. №30.
14. Справочник «Автомобильный рынок России — 2011». — М., АВТОСТАТ, 2011. 209 с.
15. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года // Минпромторг России