

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2019, №4, Том 11 / 2019, No 4, Vol 11 <https://esj.today/issue-4-2019.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/13ECVN419.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Пасько А.В. Мировое автомобилестроение в текущем ракурсе экономических отношений: проблемы адаптации // Вестник Евразийской науки, 2019 №4, <https://esj.today/PDF/13ECVN419.pdf> (доступ свободный).
Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Pasko A.V. (2019). World automotive industry in the current foreshortening of the economic relations: adaptation problems. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 4(11). Available at: <https://esj.today/PDF/13ECVN419.pdf> (in Russian)

УДК 339.1, 339.5

ГРНТИ 06.51.65, 06.91

Пасько Александр Владимирович

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
Доцент кафедры «Мировой экономики и международных экономических отношений»

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: y999yy@list.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=790185

Мировое автомобилестроение в текущем ракурсе экономических отношений: проблемы адаптации

Аннотация. Статья посвящена анализу основных проблем развития мирового автомобилестроения в современных условиях глобализации, интернационализации и цифровизации. Продолжающиеся процессы интеграции в отрасли оказывают серьезное влияние на изменение позиций отдельных регионов, стран и корпораций в международной конкуренции. Нестабильность экономической конъюнктуры мировых товарных рынков, дисбалансы в социально-экономическом развитии государств и доходов отдельных стран усложняют проблематику прогнозирования развития отрасли. Сложившийся сдвиг производства и потребления в мировом автомобилестроении в пользу развивающихся стран также способствует серьезным трансформациям в отрасли и в корпоративных стратегиях ключевых автомобильных корпораций. Эти стратегии постепенно переориентируются на массовый сегмент рынка. В итоге происходят значительные перемены в торгово-инвестиционных процессах в отрасли, которая ведет ее переход от внутриотраслевой к межотраслевой конкуренции. Сделан вывод о том, что международные стратегические альянсы становятся интеграционной стратегией нового типа, но противовесом дальнейшего применения данной стратегии становится постепенное укорачивание цепочек создания стоимости в глобальном масштабе. Цифровизация беспрецедентно воздействует на развитие мирового автомобилестроения, однако потенциал использования и внедрения новых технологий является исчерпаемым и небеспредельным. Технологии автоматизации и искусственного интеллекта оказывают положительное воздействие на развитие мирового автомобилестроения, однако обуславливает конкуренцию автомобильных и технологических компаний. В этой связи странам мира необходима взвешенная государственная политика по формированию национальных автомобильных отраслей нового типа, в которой будут приняты во внимание современные экономические и технологические тренды развития мирового рынка.

Ключевые слова: мировое автомобилестроение; мировой рынок автомобилей; корпоративная стратегия; цифровые технологии; цифровизация; глобализация; интернационализация

В текущем организационно-экономическом контексте развития мирового автомобилестроения выделяется несколько основополагающих тенденций и черт, которые разграничивают и отличают эту отрасль от других секторов современной мировой экономики. В частности, можно выделить глобальный характер конкуренции в отрасли, поскольку основные национальные и региональные рынки автомобилей в большинстве своем уже инкорпорированы в мировой рынок, и процесс этой интеграции управляется со стороны международных автомобильных корпораций, а сама стратегия конкуренции на мировом рынке стала транснациональной. Также следует отметить, что уже некоторое время автомобильная промышленность мира функционирует в условиях избытка производственных мощностей и товарной продукции, что способствует как усилению конкуренции, так и снижению нормы прибыли в данной отрасли. Аспект снижения нормы прибыли для ключевых игроков является особо сильнодействующим, поскольку снижение доходов автомобильных корпораций будет способствовать в перспективе все большему их желанию снизить расходы на автомобильные компоненты, которые поставляются сторонними поставщиками. Это означает, что ключевые автомобильные гиганты будут стремиться к консолидации мирового рынка поставщиков компонентов. Однако сама по себе проблема снижения расходов на компоненты несет угрозу надежности и качества продукции.

Транснациональные корпорации, играющие ключевые роли на мировом рынке автомобилей, являются, как правило, мультибрендовыми компаниями, а уровень консолидации на данном рынке чрезвычайно высок, поскольку на 7 крупнейших компаний приходится 70 % совокупного мирового производства автомобилей. Вместе с тем, в качестве критического фактора конкурентоспособности в рассматриваемой отрасли выступает ресурсоемкость. Так, расходы на компоненты достигают 40 % в совокупных расходах на сбыт и производство, на рабочую силу – до 20 %, на мероприятия в сфере маркетинга – до 20 %, на мероприятия в сфере достижения технологического лидерства – до 10 %.

Как никакая другая отрасль автомобилестроение зависит от состояния общеэкономической конъюнктуры и воздействия внешнего фактора. Следствием этой зависимости стали развитые внутри- и межотраслевые связи, высокая степень интегрированности воедино производства и сбыта [3, с. 61]. Ввиду того, что автомобиль – не товар первой необходимости, то спрос на него существенно детерминирован уровнем социально-экономического развития государства и доходов его потребителей. Упомянутая корреляция маркетинговых и производственных аспектов отрасли исторически обусловлена характером формирования каналов сбыта. Крупнейшие корпорации контролируют сбыт посредством широких сетей дилеров, которые могут быть как включенными в структуру корпорации, так и связаны с материнскими компаниями системой дилерских соглашений. Поэтому автомобильная промышленность фактически не контролируется со стороны посреднических структур, что ведет к прямому регулированию цен на продукцию и прямому же управлению продажами. Однако, в условиях того, что посреднический буфер отсутствует, то устанавливается жесткая обратная связь с рынком, обуславливающая паритет производителя и продавца.

Мировой и региональные рынки автомобилей продолжают испытывать трансформирующее воздействие со стороны тех событий и трендов, которые влияют на состояние мировой экономики в целом. Так, например, уже четко обозначилась тенденция опережающего прироста производства и продаж электромобилей. В 2018 году, впервые с 2009

года, мировой рынок автомобилей испытал потрясения в связи усилением торгово-политической напряженности между США и Китаем, а также сложными политическими трансформациями на основных рынках. Положительная динамика мирового рынка в целом обеспечивалась хорошими результатами крупных развивающихся стран (кроме Китая). Неопределенность на европейском рынке была обусловлена потенциально возможным выходом Великобритании из Европейского союза, а также ужесточением экологического законодательства.

В последние годы в мире наблюдается последовательное увеличение производства и потребления автомобилей (рис. 1, табл. 1, табл. 2).

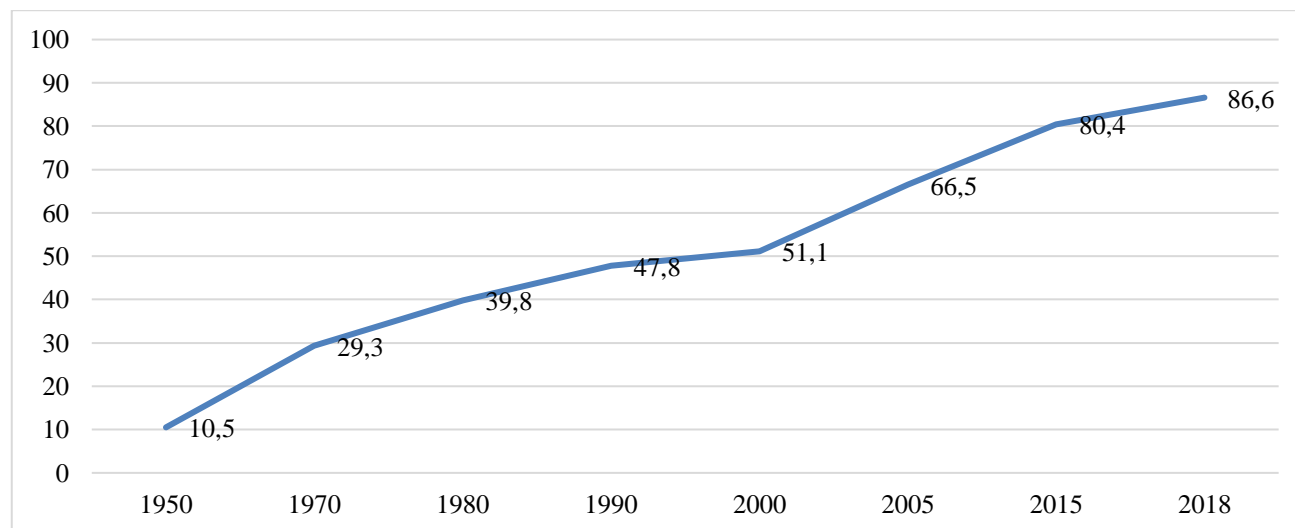


Рисунок 1. Динамика мирового производства автомобилей, 1950–2018 гг., млн ед. [9]

Таблица 1
Мировые продажи автомобилей в разрезе ключевых регионов, 2017–2018 гг.

Регион	Продажи, млн ед.	Изменение в 2017–2018 гг., %
Северная Америка	20,86	-0,2
Южная Америка	4,30	+7,0
Европа	22,70	-1,1
Азия и Океания	10,65	+3,3

Составлено автором по [7]

Таблица 2
Мировые продажи автомобилей в разрезе ключевых стран, 2017–2018 гг.

Страна	Продажи, млн ед.	Изменение в 2017–2018 гг., %	Страна	Продажи, млн ед.	Изменение в 2017–2018 гг., %
США	17,32	0	Италия	2,08	-3
Канада	2,01	-2	Россия	1,80	+13
Мексика	1,43	-7	Индия	3,92	+9
Пуэрто-Рико	108 тыс.	+28	Австралия	1,11	-3
Бразилия	2,47	+14	Индонезия	1,03	+5
Аргентина	771	-10	Таиланд	1,01	+20
Чили	416 тыс.	+12	Малайзия	581 тыс.	+4
Колумбия	257 тыс.	+8	Китай	28,08	-2,8
Германия	3,72	0	Япония	5,19	+0,6
Великобритания	2,72	-6	Южная Корея	1,78	+1,4
Франция	2,62	+3			

Составлено автором по [7]

Вместе с тем, необходимо отметить последовательное смещение географии потребления в сторону развивающихся стран, что будет происходить как по причине приближения спроса в развитых странах к своему верхнему пределу, так и по причине неполной автомобилизации развивающихся рынков. Уже к 2020 году ожидается, что 60 % новых автомобилей будет потребляться в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Африки и Ближнего Востока [1].

Такие структурные сдвиги отчасти обусловлены изменениями как в сфере производства, так и в сфере потребления. Так, например, в сфере производства следует отметить рост объемов производства автомобилей в результате воздействия научно-технического прогресса, снижения себестоимости, увеличения периода эксплуатации автомобилей, демографического прироста населения, формирования и бурного развития новых региональных рынков сбыта. Также мы отмечаем, что объемы инвестиций крупными корпорациями в производственные мощности развивающихся стран в последние десятилетия существенно возросли (особенно в Бразилии, Индии, Китае, России, странах Юго-Восточной Азии). На стороне роста производства также выступает фактор увеличения производства гибридных автомобилей и автомобилей с дизельным двигателем, а также транспортных средств на альтернативных источниках энергии ввиду роста цен на первичные энергоносители и жестких экологических стандартов. Наблюдается стандартизация модельных рядов: в современных условиях автомобильные корпорации все чаще используют единую платформу для однотипной продукции либо организации совместных производств с другими компаниями. Крупносерийное производство постепенно уступает мелкосерийному, однако последнее характеризуется все большим разнообразием. Наконец, исследователи отмечают, что уже больше десятилетия назад в мировом автомобилестроении сформировался новый сегмент – производство бюджетных автомобилей [2, с. 10–12], что обусловлено насущными потребностями стран как Азии, так и Европы в таких автомобилях. Поэтому для ведущих автомобильных корпораций фактор простоты и дешевизны автомобиля стал одним из ключевых с точки зрения переориентации их производственных стратегий за рубежом.

Не остается в стороне и сфера потребления, в которой также сложился ряд доминирующих в настоящее время тенденций. Здесь отметим такую тенденцию, что если ранее в экспорте продукции автомобилестроения доминировали несколько ключевых стран (США, Япония, Германия), то уже с 2005 года активными экспортерами автомобилей стали Китай, Южная Корея, Мексика, Бразилия, Турция, Таиланд, которые оттеснили основных игроков рынка (например, по нашим подсчетам, если на Германию, Японию и США в 2005 году приходилось 48,9 % мирового экспорта автомобилей, то в 2017 г. – уже 41 %) (расчеты автора по [10]). Аналогичные изменения происходят и в импорте, особенно за счет роста ввоза автомобилей в Китай и заметного сокращения доли Японии. В сфере спроса наметилась еще одна примечательная тенденция: возрастают продажи автомобильных брендов стран Азии (в первую очередь – Японии и Южной Кореи) на рынках США и стран Европейского союза, что обусловлено безопасностью и экономичностью азиатских брендов. Отметим и рост китайского экспорта автомобилей в страны ЕС, Ближнего Востока и США.

Корпоративные стратегии также переживают существенные изменения: так, вместо традиционных трансграничных слияний и поглощений между ключевыми корпорациями все чаще организуются различного рода международные стратегические альянсы, ставшие новой формой горизонтальной интеграции в отрасли. Возрастает и степень транснациональности ключевых автомобильных компаний, т. е. внешние рынки становятся основным вектором их стратегических интересов.

Поскольку автомобилестроение как отрасль является сформировавшейся, важным аспектом для ключевых корпораций в современных условиях становится развитие и совершенствование своих конкурентных преимуществ. Инновационные решения в отрасли в

последние годы стали ключевым фактором повышения конкурентоспособности производителей. Так, среди ключевых технологических сдвигов, которые использовались в модификации моделей производства следует отметить: заметное снижение потребления топлива автомобилями на основе внедрения новых видов топлива и силовых установок, уменьшения массы автомобилей на основе использования новейших конструкционных материалов, совершенствования агрегатов и трансмиссии; применение мер по уменьшению токсичности, «выхлопности» и «дымности» автомобилей; рост уровня безопасности автомобилей; достижение комплексной автоматизации транспортных средств, в том числе за счет сети Интернет; повышение уровня комфортности автомобиля; диверсификация существующих модельных рядов по функциональному, ценовому и качественному признакам. Однако здесь следует оговориться, что совершенствование применения некоторых технологий в автомобилестроении не может быть беспредельным. Так, например, современные технологии, позволяющие уменьшить потребление топлива в автомобиле, подошли к своему естественному пределу, когда наращивать эффективность автомобиля уже становится невозможным без уменьшения мощности двигателей. Иными словами, у крупнейших автомобильных корпораций фактически исчерпаны все возможности уменьшить потребление топлива в перспективе на основе модернизации трансмиссий и двигателей.

Уже давно очевидна инновационно-технологическая ориентация мирового автомобилестроения, однако он достигается за счет высокой степени интернационализации производства, а также его внешней локализации, что способствует высокоскоростной повсеместной диффузии отраслевых инноваций. Вероятно, что следующим направлением технологической конкуренции на исследуемом нами рынке будет соперничество ведущих корпораций за производство и сбыт электромобилей. В то же время, в организационно-экономическом контексте развития современного мирового хозяйства отмечаются укорачивание глобальных цепочек создания стоимости [6, с. 22], все большее стремление стран (особенно крупных) сосредотачивать цикл производства автомобиля (включая производство компонентов) в своей стране. В будущем это способно серьезно изменить формат самой международной конкуренции на рынке автомобилей.

Также международная конкуренция в автомобилестроении изменяется и усиливается под влиянием цифровизации. Экспоненциальный прогресс в сфере автоматизации, применения искусственного интеллекта и цифровых сетей несет в себе серьезные вызовы для традиционных игроков рынка. Наиболее значимый эффект цифровизации для автомобилестроения заключается в том, что улучшаются возможности по эффективному использованию автомобильных парков и транспортной инфраструктуры (например, потенциально возможные автоматизированные и роботизированные таксопарки [8]). Кроме этого, оптимизируются функции управления, которые ранее выполняли люди. Наконец, искусственный интеллект и сетевые технологии способствуют более четкому регулированию предложения и спроса на рынке.

Важно даже не то, что под влиянием цифровых технологий наблюдаются существенные изменения на мировом рынке автомобилей [4], поскольку данный рынок испытывает влияние научно-технического прогресса уже несколько десятилетий, новейшие технологии появляются на нем постоянно. В исследованиях отмечается, что на протяжении столетия автомобильная промышленность непрерывно совершенствовалась [5]. Однако изменения последних лет являются ультрареволюционными: появляется большое число новых типов двигателей, широко внедряется концепция автономного и автоматизированного вождения, повышается роль цифровых платформ, ставших уже новой бизнес-моделью в отрасли, существенно возрастает роль мобильных сервисов и сети Интернет в эксплуатации транспортных средств. Следует не забывать и о том, что если раньше конкуренция в автомобилестроении была в большей степени внутриотраслевой, то теперь все большее давление она испытывает со стороны игроков из

других отраслей – технологических гигантов США и Китая, которые являются главными разработчиками и собственниками новейших цифровых технологий.

Необходимо отметить, что не всегда разработку новых технологий нужно оценивать как действительно опасную с точки зрения потенциальной трансформации рынка. Так, например, несмотря на то, что в последние годы со стороны крупнейших производителей автомобилей поступал ряд амбициозных заявлений о том, что к 2020 году значительным сегментом мирового рынка автомобилей станут полностью автономные транспортные средства, представляется, что даже через два десятилетия они еще не смогут конкурировать с традиционными автомобилями в сегменте массового спроса.

В заключение отметим, что отрасль автомобилестроения нуждается в скорейшей адаптации под лавинообразные и молниеносные новые тенденции. И здесь как никогда значимой должна быть позиция регуляторов рынка – субъектов промышленной и внешнеторговой политики. На уровне национальных правительств должны быть сформулированы четкие концептуальные основы будущей трансформации отрасли (что, очевидно, невозможно сделать на уровне отрасли и корпораций).

ЛИТЕРАТУРА

1. Грамматчиков, А. Аналитика: Ждать ли нам автоапокалипсис? // Motorpage: автомобильный портал. 2018. 24 января [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.motorpage.ru/analytics/zhdatt_li_nam_avtoapokalipsis.html (дата обращения: 01.07.2019).
2. Конахина, Н.А. Развитие мировой автомобильной отрасли в условиях глобализации: автореф. дис ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Н.А. Конахина. – С.-Петербург. ун-т экономики и финансов. – СПб, 2008.
3. Мировая экономика и международные экономические отношения / колл. авторов, под общ. ред. В.В. Полякова, Е.Н. Смирнова, Р.К. Щенина. – М.: Юрайт, 2016. – 346 с.
4. Пасько А.В. Влияние цифровой революции на трансформацию мирового автомобилестроения // E-Management. – 2018. – Т.1. – № 1. – С. 19–25.
5. Смирнов Е.Н. Автомобильные корпорации Германии: современные стратегии развития: монография. – М.: ООО «Издательство «Спутник+», 2004. – 140 с.
6. Цифровая экономика и искусственный интеллект – новые вызовы современной мировой экономики: монография / под ред. К.В. Екимовой, С.А. Лукьянова, Е.Н. Смирнова. – М.: Изд. дом ГУУ, 2019. – 180 с.
7. JATO Dynamics Ltd. Analysis of top markets 2018, February 21, 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jato.com/global-car-market-remains-stable-during-2018-as-continuous-demand-for-suvs-offsets-decline-in-sales-of-compact-cars-and-mpvs/> (дата обращения: 08.07.2019).
8. Mobility insights Analyst Note [Электронный ресурс] // Andrew Higashi / 2019 [Electronic resource]. – Mode of access <https://www.pwc.com/us/en/industrial-products/publications/assets/pwc-mobility-insights-congestion.pdf> (дата обращения: 28.06.2019).
9. The Statistics Portal statistics.com [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/262747/worldwide-automobile-production-since-2000/> (дата обращения: 3.07.2019).
10. UN Comtrade / International Trade Statistics Database [Electronic resource]. – Mode of access: <http://data.trendeconomy.ru/dataviewer/trade/statistics/h2> (дата обращения: 02.07.19).

Pasko Alexander Vladimirovich
State university of management, Moscow, Russia
E-mail: y999yy@list.ru

World automotive industry in the current foreshortening of the economic relations: adaptation problems

Abstract. The article is devoted to the analysis of the main problems of development of world automotive industry in modern conditions of globalization, internationalization and digitalization. The continuing processes of integration in the industry have a serious impact on change of positions of the regions, countries and corporations in the international competition. The instability of an economic environment of global commodity markets, imbalances in social and economic development of the states and income of the countries complicate a perspective of forecasting of development of the industry. The developed shift of production and consumption in the world automotive industry in favor of developing countries also promotes serious transformations in the industry and in the corporate strategy of key automobile corporations. These strategy are gradually reoriented on a mass segment of the market. As a result there are considerable changes in trade and investment processes in the industry which leads its transition from intra-industry to the interindustry competition. The conclusion is given that the international strategic alliances become the integration strategy of new type, but gradual shortening of chains of value creation on a global scale becomes a counterbalance of further application of this strategy. Digitalization unprecedentedly influences on development of the world automotive industry, however the potential of use and implementation of new technologies is exhaustible and not boundless. Technologies of automation and artificial intelligence make positive impact on development of the world automotive industry, however causes the competition of the automobile and technological companies. In this regard the weighed state policy on formation of the national automotive industries of new type, in which modern economic and technological trends of development of the world market will be taken into account, is necessary for the countries of the world.

Keywords: world automotive industry; world vehicle market; corporate strategy; digital technologies; digitalization; globalization; internationalization