

УДК 339.94

**А.Е. ТИЛЯЕВА,**

*магистр*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет*

**Л.А. ЕЛЬШИН,**

*доктор экономических наук, доцент*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет.*

## **КОНКУРЕНТНЫЕ УСЛОВИЯ НА СОВРЕМЕННОМ МИРОВОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ**

**Аннотация.** В работе определена роль рынка автомобилестроения для мирового рынка в целом. Состояние данной отрасли оказывает значительное влияние на мировую общехозяйственную конъюнктуру, уровень общего промышленного производства. В статье раскрывается состояние мирового рынка автомобилестроения на конец первого полугодия 2023 г. Установлено, что в рассматриваемый период для рынка была характерна тенденция роста, что обусловлено выросшим спросом на фоне ранее введенных ограничений, связанных с распространением коронавирусной инфекции. Дается характеристика текущего состояния российского автомобильного рынка. Определяются компании, покинувшие российский рынок, а также компании, занявшие их место. Дается оценка изменений в прибыли ведущих европейских, корейских, американских и китайских производителей на фоне отказа от российского автомобильного рынка. Выявляются компании-лидеры на мировом автомобильном рынке. В качестве таковых выступают китайские и американские автопроизводители. Определяются их конкурентные преимущества. Анализируются особенности конкурентных стратегий автомобилестроительных предприятий Китая и США. В качестве примера рассматриваются компании “Ford” и “Geely”. Для американских автопроизводителей, в том числе для компании “Ford”, это стратегии поглощения и слияния, инноваций, реструктуризации. Для китайских автопроизводителей – это стратегии ребрендинга и репозиционирования.

**Ключевые слова:** мировой автомобильный рынок, автомобилестроительные компании, ребрендинг, репозиционирование, дизайн, инновации, электромобили.

Автомобильная промышленность занимает особое место среди высокомонополизированных отраслей мировой экономики. Состояние данной отрасли оказывает значительное влияние на мировую общехозяйственную конъюнктуру, уровень общего промышленного производства. Особую актуальность приобретает изучение конкурентных условий на современном мировом рынке автомобилестроения в условиях введенных в отношении российских компаний санкций. Ведущие мировые автопроизводители приостановили поставки в Россию своих автомобилей и комплектующих к ним. В частности, это “Cadillac”, “Chevrolet”, “Jeep”, “Nissan”, “Infiniti”, “Audi AG”, “BMW”, “Mercedes-Benz”, “Porsche AG”, “Volkswagen”, “Skoda”, “Volvo”, “Scania AG”, “MAN SE”, “Renault”, “Ford”, “Ferrari”, “Lamborghini”, “Land Rover”, “GMS”, “Hyundai”, “KIA”, “Toyota”, “Lexus”, “Mazda”, “Suzuki”,

“Stellantis”. Более того, ряд автопроизводителей прекратил производство своих моделей на заводах, расположенных в России: “Renault”, “Volkswagen”, “Skoda”, “Ford Sollers”, “Toyota”, “Nissan” [1].

На фоне таких изменений на российском автомобильном рынке стали наращивать объемы продаж китайских автомобилей. По состоянию на 1 августа 2023 г. в России реализуются автомобили следующих марок: “Chery”, “Haval”, “Geely”, “Exeed”, “Omoda”, “Changan”, “Jac”, “Faw”, “Tank”, “Great Wall”, “Kaiyi”, “Dongfeng”, “Voyah” и “Gac”. Поставки легковых и грузовых автомобилей китайского производства в Россию с 2022 г. возросли в несколько раз. В соответствии с данными официальной статистики объем экспорта легковых автомобилей из Китая в Россию в первом полугодии 2023 г. составил 4,6 млрд долл. США, что выше аналогичного показателя за 2022 г. в 6,4 раза.

Объем экспорта грузовых автомобилей из Китая в Россию за первое полугодие 2023 г. составил 1,7 млрд долл. США. То есть общая доля китайских автомобилей в российском импорте составила 70 %. Более того, ряд китайских автопроизводителей начинает выпуск своих моделей на российских заводах. Например, в начале 2023 г. автомобили марки “Kaifu” начали выпускать на калининградском предприятии «Автотор» [4].

В свою очередь, состояние российского автомобильного рынка оказывает существенное влияние на состояние мирового автомобильного рынка. Так, в соответствии с данными агентства «Автостат» по объемам продаж российский автомобильный рынок в первом полугодии 2023 г. занял пятое место в Европе [3]:

1. Германия – продано 2 029 447 автомобилей.
2. Великобритания – 132 990 автомобилей.
3. Франция – 132 509 автомобилей.
4. Италия – 125 805 автомобилей.
5. Россия – 75 622 автомобилей.

Если характеризовать общее состояние мирового автомобильного рынка, то можно отметить, что первое полугодие 2023 г. для этого рынка связано с ростом. В соответствии с данными консалтинговой компании “LMC Automotive” за первое полугодие 2023 г. в мире было реализовано 42,736 млн автомобилей, что выше аналогичного показателя за предыдущее полугодие на 10,7 % [8].

По итогам первого полугодия 2023 г. мировым лидером по продажам автомобилей является Китай. За прошедшие 6 месяцев китайскими автопроизводителями было реализовано 2,524 автомобиля на внутреннем рынке, что выше показателя второго полугодия 2022 г. на 0,9 %. Однако, причиной данного роста является не особая конкурентная стратегия автопроизводителей, а вводимые на фоне распространения коронавирусной инфекции ограничения, которые сформировали высокий спрос на автомобили [5].

Китайские автопроизводители также являются лидерами по объему экспортируемых автомобилей. В соответствии с данными Китайской ассоциации автопроизводителей за первое полугодие 2023 г. Китаем было экспортирова-

но 2,74 млн автомобилей. Данный показатель превышает аналогичный за предыдущий год на 75,5 %. Экспортируются следующие автомобили [2]: легковые – 1,78 млн единиц (данный показатель превышает аналогичный за 2022 г. на 88,4 %), автомобили на альтернативных источниках энергии – 0,534 млн единиц (рост экспорта данной категории автомобилей составляет 160 %), грузовые автомобили – 0,42 млн единиц (рост – 70 %). Увеличение продаж китайских автомобилей отмечается на рынках России, Мексики, Латинской Америки [7].

Необходимо отметить, что такой рост начался сравнительно недавно, несколько лет назад объем экспорта китайских автомобилей не превышал 1 млн единиц. В 2021 г. данный показатель достиг 2 млн единиц, в 2022 г. – превысил 3 млн единиц. По экспертным прогнозам, объем экспорта за 2023 г. должен превысить 4 млн единиц [10].

При этом основными преимуществами китайских автомобилей являются их стоимость и техническая оснащенность. Обращаясь к истории развития китайской автомобилестроительной промышленности, можно отметить, что изначально создавались совместные с уже существующими компаниями. Так, в 2009 г. иностранные транснациональные компании могли создавать совместные предприятия с Китаем с долей капитала, не превышающей 50 %. В частности, такие совместные предприятия были созданы американской корпорацией “GMS” и немецким концерном “Volkswagen”. Приход иностранных компаний в Китай привел к тому, что всех автопроизводителей в 2010 г. можно было отнести к одной из следующих трех групп [5, с. 244]: государственные предприятия (например, “FAW Group Corporation”), совместные предприятия (например, “Guangzhou Toyota Automobile Company”), частные фирмы (например, “Geely” и “BYD” [10].

Государственная политика Китая начиная с 2010 г. была направлена на стимулирование иностранных предприятий к предоставлению технологий и интеллектуальной собственности. Более того, в 2010 г. компания “Zhejiang Geely Holding Group” приобрела концерн “Volvo Cars”, что позволило китайским производителям использовать шведские технологии

для совершенствования своих двигателей. Таким образом, перенимая иностранные технологии, китайские автопроизводители постепенно совершенствовали свои автомобили. На современном этапе китайские автопроизводители полностью производят все комплектующие для своих моделей [2].

Кроме того, китайские автопроизводители значительное внимание уделяют дизайну. Многие компании привлекли к себе в штат успешных дизайнеров. Например, начиная с 2019 г. в компании «FAW» осуществляет свою деятельность английский дизайнер Джайлс Тейлор. Ранее он занимался дизайном в компании «Rolls-Royce».

Китайское государство также стимулирует приобретение гражданами электромобилей, что способствует росту продаж на национальном рынке таких марок, как «BYD» и «Gree».

На втором месте после китайских автопроизводителей идут американские. В целом в первом полугодии 2023 г. американскими автопроизводителями на мировом и национальном рынках было реализовано 3,611 млн автомобилей. Причем объем реализованных автомобилей американского производства вырос на 7 % по сравнению с аналогичным показателем первого полугодия 2022 г., когда было реализовано 3,376 млн автомобилей [9].

Лидирующие позиции на мировом автомобильном рынке достигаются американскими производителями в первую очередь благодаря организационным манипуляциям, связанным со слияниями и поглощениями компаний. Например, в начале 2019 г. американский концерн «Ford» объявил о создании альянса с немецким концерном «Volkswagen». Деятельность данного альянса направлена на производство пикапов и коммерческих вэнов. Преимущества этого альянса [6]: совместные затраты на производство новых марок автомобилей, возможность наиболее эффективного использования ресурсов обоих предприятий, возможность обеспечить наиболее высокую конкурентоспособность в соответствующем сегменте автомобильного рынка.

Указанные преимущества позволили усовершенствовать пикап «Volkswagen Amarok», который теперь собирается на базе «Ford

Ranger». Причем сборка осуществляется на заводе «Ford» в Сильвертоне, ЮАР. Планируемый объем производства данной марки автомобиля – 8 млн единиц. Кроме того, усовершенствован городской развозной фургон «Caddy 5». Начиная с 2021 г. он собирается в Польше, откуда направляется в США [15].

В рамках рассматриваемого альянса автоконцерны обмениваются также технологиями автономного вождения. Указанные программы разрабатываются дочерней фирмой концерна «Volkswagen». В соответствии с условиями сотрудничества «Ford» и «Volkswagen» оба партнера используют программное обеспечение и систему автоматического вождения (SDS) по своему усмотрению [14].

Платформа «SDS Argo AI» будет развернута как для Европы, так и для США. Глобальный охват «Ford» и «Volkswagen» предоставит платформе «SDS Argo AI» самый большой географический потенциал развертывания среди всех технологий автономного вождения на сегодняшний день.

Кроме того, «Ford» использует разработанную концерном «Volkswagen» платформу «MEB» в качестве базы для проектирования собственного электромобиля. За несколько лет, начиная с 2023 г., «Ford» может выпустить 600 тыс. электромобилей на платформе «MEB». В целом разработка и реализация электромобилей для «Ford» является наиболее перспективным направлением. Однако развитие данного направления требует дополнительных инвестиций и принесет прибыль только в среднесрочной перспективе [14].

Необходимо отметить, что созданные в рамках названного альянса автомобили будут отличаться, что обусловлено потребностью в удовлетворении запросов разных целевых аудиторий. Кроме того, данное сотрудничество не является слиянием автоконцернов. Управляет альянсом совместный комитет.

Кроме того, американскими автопроизводителями активно используется стратегия реструктуризации деятельности, что позволяет оптимизировать систему управления и внутреннего взаимодействия подразделений компаний в соответствии с изменением условий внешней среды. В частности, достигает-

ся совершенствование структуры управления, осуществляется продажа убыточных активов, достигается снижение себестоимости выпускаемых автомобилей.

Примером реструктуризации является создание автоконцерном “Ford” 2 марта 2022 г. двух подразделений [5]: “Ford Model E” – деятельность подразделения направлена на производство электромобилей, “Ford Blue” – деятельность подразделения направлена на производство автомобилей с двигателями внутреннего сгорания.

Оба созданных подразделения будут осуществлять свою деятельность в рамках автоконцерна, однако у каждого из них будет собственное руководство и финансовая отчетность. Подразделение “Ford Model E” возглавил генеральный директор “Ford” Джим Фарли, который продолжил выполнять свои полномочия по руководству всем автоконцерном. Во главе “Ford Blue” встал Кумар Галхотра. В соответствии с плановыми показателями к 2026 г. автоконцерн будет выпускать 2 млн электромобилей в год. При этом данное производство будет приносить 10 % операционной прибыли компании.

Также американские автопроизводители активно используют инновационную политику, которая базируется на разработке гибридных автомобилей, экономичных автомобилей, улучшении технических характеристик существующих автомобилей [12].

Особое место в обеспечении конкурентных преимуществ американских автомобилей занимает маркетинговая политика. Ее направления предполагают: поиск и освоение новых каналов сбыта автомобилей, в том числе через глобальную сеть Интернет, использование возможностей компьютерного моделирования при поиске наиболее эффективных форм и методов сбыта автомобилей, предоставление пакета дополнительных услуг для потребителей товаров [14].

Однако для американских автопроизводителей остается нерешенной проблема с высокими издержками, что требует усилий по сни-

жению расходов на разработку, производство и внедрение на рынок выпускаемой продукции, а также использования аутсорсинга.

Таким образом, современный автомобильный рынок находится на стадии роста, что обусловлено объективными причинами – предшествующим снижением объема потребления на фоне ограничений, введенных из-за распространения коронавирусной инфекции. В данных условиях возник дополнительный спрос. При этом уже несколько лет на мировом автомобильном рынке сохраняют лидирующие позиции компании Китая и США, которые характеризуются различными стратегиями конкуренции.

Для китайских автопроизводителей – это стратегии ребрендинга и репозиционирования. Реализация названных стратегий позволила китайским автопроизводителям в течение короткого промежутка времени начать выпускать множество марок автомобилей, отвечающих потребностям покупателей и характеризующихся низкой стоимостью. Отношение потребителей к китайским автомобилям как к автомобилям низкого качества не позволяет производителям существенно повышать их цену, в связи с чем китайским автоконцернам необходимо развивать их маркетинговые стратегии.

Для американских автопроизводителей – это стратегии поглощения и слияния, инноваций, реструктуризации. Все представленные стратегии реализуются в соответствии с конкретными условиями рынка и могут использоваться одним предприятием в разные периоды его функционирования. Однако, несмотря на то что американские автопроизводители занимают лидирующие позиции на мировом автомобильном рынке, они испытывают трудности с высоким уровнем издержек, что требует дальнейшего совершенствования их конкурентных стратегий.

Российским автопроизводителям важно учитывать опыт ведущих мировых автоконцернов, особенно в условиях введенных экономических санкций.

### Литература

1. Ельшин Л.А., Бандеров В.В., Абдукаева А.А. Методика оценки влияния диффузии блокчейн-технологий на развитие национальной экономической системы (на примере экономики РФ) // *Финансы: теория и практика*. 2022. Т. 25. № 2. С. 143–165.
2. Лизовская В.В., Молдован А.А. Продуктовая, ценовая и брендовая стратегия китайских компаний на международном автомобильном рынке // *Оригинальные исследования*. 2022. № 4. С. 178–186.
3. Официальный сайт «Автостат». URL: <https://www.autostat.ru/analytics/archive/2023/> (дата обращения: 01.08.2023).
4. Официальный сайт журнала «РБК». URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/07/2023/64bea50a9a7947b616edb452/> (дата обращения: 01.08.2023).
5. Официальный сайт «Тинькофф журнал». URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/2022-auto-ban/> (дата обращения: 01.08.2023).
6. Официальный сайт журнала «5 колесо». URL: <https://5koleso.ru/avtopark/novyy-amarok-sdelayut-iz-rejndzhera-kak-volkswagen-i-ford-obedinilis-protiv-krizisa/> (дата обращения: 02.08.2023).
7. Официальный сайт журнала «Коммерсантъ». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5239475/> (дата обращения: 02.08.2023).
8. Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А. Санкционное давление на экономику России: пути преодоления издержек и выгоды конфронтации в рамках импортозамещения // *Финансы: теория и практика*. 2023. Т. 27. № 1. С. 150–161.
9. Цзинин Я., Юаньлун В. Конкурентоспособность автомобильной промышленности Китая и ее развития // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2022. Т. 12. № 9А. С. 244–250.
10. Юньсяо Л., Жаворонкова Л.Н. Тенденции и проблемы развития автомобилестроения КНР // *Инновации и инвестиции*. 2022. № 10. С. 41–46.
11. *Chepurenko A.* Crisis as a Challenge and Enabler for Entrepreneurship: Lessons from the Pandemic // *Форсайт*. 2021. № 15 (4). С. 5–7.
12. *Da Silva R.H., Kaminski P.S., Marin R.O.* Innovation Ecosystems in the Automotive Industry between Opportunities and Limitations // *Форсайт*. 2021. № 3. С. 66–80.
13. *Grushevenko D., Grushevenko E., Kulagin V.* Energy Consumption of the Russian Road Transportation Sector: Prospects for Inter-Fuel Competition in Terms of Technological Innovation // *Форсайт*. 2019. № 13. С. 62–68.
14. *Milovidov V.* Innovation, Sustainable Growth, and Energy: Is Leap Forward for Civilization Possible? // *Форсайт*. 2018. № 4. С. 35–44.
15. *Pishnyak A., Khalina N.* Perception of New Technologies: Constructing an Innovation Openness Index // *Форсайт*. 2021. № 15 (1). С. 39–54.

### Информация об авторах

**Тилыева Анастасия Евгеньевна**, магистр, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

**E-mail:** atilyaeva@bk.ru

**Ельшин Леонид Алексеевич**, доктор экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

**E-mail:** Leonid.Elshin@tatar.ru

**A.E. TILYAEVA,**

*Master*

*Kazan (Volga Region) Federal University*

**L.A. ELSHIN,**

*Doctor of Economics, Associate Professor*

*Kazan (Volga Region) Federal University*

### COMPETITIVE CONDITIONS IN THE MODERN GLOBAL AUTOMOTIVE MARKET

**Abstract.** The role of the automotive industry market for the global market as a whole is determined. The state of this industry has a significant impact on the global general economic situation, the level of general industrial production. The article reveals the state of the global automotive market at the end of the first half of 2023. It was found that the growth trend was characteristic of the market during the period under review, which was due to increased demand against the background of previously imposed restrictions related to the spread of coronavirus

infection. The characteristic of the current state of the Russian automobile market is given. The companies that have left the Russian market are determined, as well as those who have taken their place. An assessment of changes in the profits of leading European, Korean, American and Chinese manufacturers is given against the background of failure, leading companies in the global automotive market are identified. Chinese and American automakers act as such. Their competitive advantages are determined. The features of competitive strategies of automotive enterprises in China and the USA are analyzed. As an example, the companies “Ford” and “Geely” are considered. For American automakers, including Ford, these are acquisition and merger strategies, innovation strategies, and restructuring strategies. For Chinese automakers, this is a rebranding and repositioning strategy.

**Keywords:** global automotive market, automotive companies, rebranding, repositioning, design, innovation, electric vehicles

### References

1. *Elshin L.A., Banderov V.V., Abdukaev A.A.* Methodology for assessing the impact of the diffusion of blockchain technologies on the development of the national economic system (on the example of the economy of the Russian Federation) // *Finance: Theory and Practice*. 2022. Vol. 25. No. 2. P. 143–165.
2. *Lizovskaya V.V., Moldovan A.A.* Product, price and brand strategy of Chinese companies in the international automotive market // *Original Research*. 2022. No. 4. P. 178–186.
3. Official website of “Autostat”. URL: <https://www.autostat.ru/analytics/archive/2023/> (accessed: 01.08.2023).
4. The official website of the “RBC” magazine. URL: <https://www.rbc.ru/economics/26/07/2023/64bea50a9a7947b616edb452/> (accessed: 01.08.2023).
5. The official website of “Tinkoff Magazine”. URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/2022-auto-ban/> (accessed: 01.08.2023).
6. The official website of the magazine “5 wheel”. URL: <https://5koleso.ru/avtopark/novyj-amarok-sdelayut-iz-rejndzhera-kak-volkswagen-i-ford-obedinilis-protiv-krizisa/> (accessed: 02.08.2023).
7. Official website of the “Kommersant” magazine. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5239475/> (accessed: 02.08.2023).
8. *Safullin M.R., Elshin L.A.* Sanctions pressure on the Russian economy: ways to overcome the costs and benefits of confrontation within the framework of import substitution // *Finance: Theory and Practice*. 2023. Vol. 27. No. 1. P. 150–161.
9. *Jining Ya., Yuanlong V.* Competitiveness of the automotive industry of China and its development // *Economics: Yesterday, Today, Tomorrow*. 2022. Vol. 12. No. 9A. P. 244–250.
10. *Yunxiao L., Zhavoronkova L.N.* Trends and problems of the development of the automobile industry of China // *Innovations and Investments*. 2022. No. 10. P. 41–46.
11. *Chepurenko A.* Crisis as a Challenge and Enabler for Entrepreneurship: Lessons from the Pandemic // *Foresight*. 2021. No. 15 (4). P. 5–7.
12. *Da Silva R.H., Kaminski P.S., Marin R.O.* Innovation Ecosystems in the Automotive Industry between Opportunities and Limitations // *Foresight*. 2021. No. 3. P. 66–80.
13. *Grushevenko D., Grushevenko E., Kulagin V.* Energy Consumption of the Russian Road Transportation Sector: Prospects for Inter-Fuel Competition in Terms of Technological Innovation // *Foresight*. 2019. No. 13. P. 62–68.
14. *Milovidov V.* Innovation, Sustainable Growth, and Energy: Is Leap Forward for Civilization Possible? // *Foresight*. 2018. No. 4. P. 35–44.
15. *Pishnyak A., Khalina N.* Perception of New Technologies: Constructing an Innovation Openness Index // *Foresight*. 2021. No. 15 (1). P. 39–54.