

## АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

А.Д. Шматко, д-р экон. наук, доцент, профессор

Н.Е. Грицай, магистрант

Д.В. Мазунин, магистрант

Д.В. Рахматуллина, магистрант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
(Россия, г. Санкт-Петербург)

**Аннотация.** В настоящей статье рассматриваются актуальные проблемы автомобильного рынка. Обозначается актуальность анализируемой тематики, подчеркиваются особенности развития автомобильного рынка в современных условиях. Затем внимание концентрируется на актуальных проблемах, угрожающих данному рынку. В завершение работы даются рекомендации по преодолению проблем.

**Ключевые слова:** автомобили, рынок, актуальные проблемы.

Автомобильный рынок представляет собой сферу деятельности, в которой происходит взаимодействие участников рынка по поводу обмена готовой автомобильной продукции на денежные средства или их эквиваленты.

В настоящей работе автомобильный рынок рассматривается в широком смысле, как экономическая категория в мировом масштабе, а также применимо к России.

Актуальность тематики подчеркивается широким распространением автомобильной продукции по всему миру. Автомобиль плотно вошел в жизнь человека, и современный транспорт уже невообразим без автомобильной техники.

Традиционно автомобильный рынок принято подразделять на две категории: рынок новых автомобилей и рынок поддержанных (бывших в употреблении) автомобилей.

Наиболее крупные национальные автомобильные рынки в современном мире – китайский, американский и японский. Россия среди крупнейших автомобильных рынков мира занимает седьмую позицию [2]. Однако, стоит учитывать, что приведенные данные по месту России среди крупнейших авторынков относятся к 2011 году, то есть, до наступления кризисных явлений в 2014 году. Известно, что автомобильный рынок России в 2014-2016 гг. серьезно просел, поэтому, по мнению автора, в настоящее время национальный

рынок автомобилей мог спуститься на несколько строчек ниже (к примеру, уступит довольно крупным индийскому, британскому и итальянскому рынкам).

По данным Ernst&Young, мировой рынок автомобилей в начале XXI века развивается весьма динамично. За последние 10 лет продажи автомобилей прибавили порядка 30%. Характерно, что в 2008-2013 гг. рост на авторынке обеспечивался за счет развивающихся стран, а с 2013 года основная доля роста приходится на развитые страны, а также на Индию и Китай [1]. В 2015 году глобальный автомобильный рынок вырос на 2%, а в 2016 году – на 4%.

Однако, для рынка автомобилей характерны региональные проблемы. К примеру, на фоне стабильного рынка в США и растущего – в Западной Европе, Китае и Индии наблюдалось падение продаж в Восточной Европе и Латинской Америке. И в том, и в другом случае это связано с региональными экономическими проблемами. Например, экономики Бразилии и Аргентины пока не могут преодолеть продолжительную рецессию, а экономика отдельных стран Восточной Европы (главным образом, имеется в виду Россия) пострадала из-за падения цен на нефть и из-за политических факторов.

Восстановление экономик Латинской Америки и Восточной Европы, а также рост спроса в Индии дают повод для оптимистичных прогнозов развития авторынка в краткосрочном периоде.

Кроме того, глобальный рынок рассматривает снижение цен на нефть как положительный фактор, который будет дополнительно способствовать активизации спроса на автомобили.

Вместе с тем потенциальные проблемы и риски, которые могут повлиять на развитие авторынка, связаны с ситуацией вокруг выхода Великобритании из ЕС. Экономика Еврозоны уже адаптировалась к такому решению, однако, точные модальности данного политического шага пока неясны, и в зависимости от тех или иных условий выхода Великобритании из ЕС (или же в случае отказа от такого решения) положение на автомобильном рынке может измениться. Эксперты склоняются к консервативному сценарию – то есть, вполне возможно, в ЕС будет наблюдаться замедление роста спроса на автомобили.

Таким образом, становится очевидно, что для автомобильного рынка характерны и проблемы политического характера, которые затруднительно регулировать или прогнозировать с экономических позиций.

Другая проблема – насыщенность определенных авторынков. Например, авторынки таких стран как Япония, Южная Корея или Австралия уже достаточно серьезно насыщены необходимым товаром, поэтому какой-либо заметный рост рынка в данных странах представляется нереалистичным. Более того, в Японии существует тенденция старения населения, следовательно, японский авторынок подвержен потенциальному спаду.

Что касается состояния спроса в России, то российский авторынок за последние годы серьезно сократился. Его восстановление начнется только при условии роста благосостояния и покупательной способности населения. Таким образом, восстановление автомобильного рынка в России практически полностью зависит от политики властей и от политики фирм-монополистов, на данный момент имеющих серьезное влияние на российском рынке [5].

В этом состоит ещё одна проблема авторынка – этот рынок очень зависим

от политики отдельных государств, а также от того внешне- и внутриэкономического курса, которые они проводят. Ведь при протекционистской политике могут вводиться ограничения на импорт в страну, а также повышаться таможенные пошлины, что сделает цены на импортную автомобильную продукцию завышенными и приведет к падению спроса.

Актуальной проблемой остается неразвитость инфраструктуры в ряде развивающихся стран, что тормозит спрос на автомобильную продукцию. Известно, что для роста обеспеченности страны автомобилями необходимо создать специальную инфраструктуру, и речь не только о дорожном полотне. Необходимо также сеть автозаправочных станций, сервисы, также требуются мероприятия по открытию дилерских центров, представительств и магазинов с автомобильными товарами. По мере создания такой инфраструктуры в потенциально перспективных развивающихся странах они могут стать новой «точкой роста» для авторынка – а в настоящее время такую роль играет бурно растущий индийский рынок.

В качестве рекомендаций по преодолению проблем хотелось бы порекомендовать автопроизводителям комплексно подходить к анализу возможностей продаж в различных регионах и странах мира. Существует ряд рынков, перспективы роста на которых уже практически отсутствуют, следовательно, поставки на эти рынки можно было бы сократить в пользу бурно растущих. Подобно тому, как члены рабочего коллектива характеризуются различными навыками, знаниями и потенциалом [4], отдельные страны и регионы также могут характеризоваться самыми различными условиями. В этой связи стоит обратить внимание на рынок Индии, Китая. Потенциально перспективным является и рынок Латинской Америки (по мере преодоления рецессии лидерами региона). Также потенциально привлекателен рынок Восточной Европы (кроме России). Что касается самой России, то ситуация на рынке страны

будет определяться, скорее, политическими факторами, на которые автопроизводители вряд ли могут повлиять.

Конечно, перспективным направлением для развития авторынка и преодоления части проблем является выпуск свежей, высокотехнологичной продукции. Конкурентоспособными являются те предприятия, которые успешно используют новейшие достижения научно-технического прогресса, разработки в области организации и администрирования деятельности, которые в свою очередь снижают издержки при производстве инновационной продукции, а также повышают производительность труда, и значительно увеличивают выпуск высококачественной продукции [3]. В последнее время наметилась тенденция все более активного распространения электромобилей. Следует продолжать эту современную, инновационную тенденцию, так как автомобиль с электродвигателем оказывается выгоднее в содержании (если сравни-

вать с традиционным автомобилем с ДВС). Кроме того, развитые страны (например, Швеция) уже активно создают необходимую инфраструктуру для электромобилей.

В заключение стоит сказать, что, в целом, авторынок демонстрирует достаточно позитивную динамику. Перспективы развития оцениваются положительно, кроме того, у рынка есть серьезные «точки роста».

Однако присутствует и ряд проблем, связанных либо с перенасыщенностью отдельных рынков, либо с экономическими неурядицами в странах и регионах, либо с неразвитостью инфраструктуры. Отдельно отстоят политические факторы, на которые автопроизводители повлиять не могут. В остальных случаях проблема дальнейшего развития продаж может быть решена более тщательным анализом потенциальных рынков сбыта и пересмотра политики реализации продукции.

#### Библиографический список

1. *Автомобильный рынок России и СНГ, обзор отрасли* / Ernst&Young–февраль 2018 // URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-russia-automotive-market-overview-2017-rus/\\$File/EY-russia-automotive-market-overview-2017-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-russia-automotive-market-overview-2017-rus/$File/EY-russia-automotive-market-overview-2017-rus.pdf)
2. *Российский авторынок стал седьмым по величине в мире, 29.07.2011* / Аналитическое агентство Автостат // URL: <https://www.autostat.ru/news/1324/> (дата обращения: 25.05.2018).
3. *Шматко А.Д.* Моделирование инновационной деятельности предприятий на основе методологии систем менеджмента качества // Вестник экономической интеграции. 2009. Т. 1. С. 78-81.
4. *Шматко А.Д.* Организация инновационной деятельности производственных предприятий: современные условия и существующие подходы // Вестник экономической интеграции. 2009. Т. 1. С. 155-159.
5. *Шматко А.Д.* Основные вопросы организации финансирования инновационной деятельности организаций // Вестник экономической интеграции. - 2010. Т. 1. № 11. С. 80-83.

**ANALYSIS OF AUTOMOTIVE MARKET ISSUES**

**A.D. Shmatko**, *doctor of economics sciences, associate professor, professor*

**N.E. Gritsay**, *graduate student*

**D.V. Mazunin**, *graduate student*

**D.V. Rakhmatullina**, *graduate student*

**St. Petersburg state economic university**

**(Russia, St. Petersburg)**

***Abstract.** In this article the current issues of the automotive market are considered. The urgency of the analyzed subjects is indicated, the features of the automobile market development are underlined under the modern conditions. Then attention is focused on the actual issues that threaten this market. In the end some recommendations how to overcome the problems are given.*

***Keywords:** auto cars, market, actual issues.*