

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Экономическая теория и
международные отношения»

Направление подготовки

41.03.05 «Международные отношения»

Профиль

Мировая политика и международный
бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

Китай на мировом рынке автомобилестроения

Студент

Девликамов
Азат
Илдарович

подпись, дата

Руководитель

Скворцов А. О.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2022

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль
Мировая политика и международный бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., доцент Рожкова Л.В.

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Девликамову А. И., группа 18ЭА2, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Китай на мировом рынке автомобилестроения
утверждена приказом по университету

от «___» _____ 20__ г . № _____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 14.06.2022.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: мировой рынок автомобилестроения; состояние и анализ тенденций развития автомобильной промышленности Китая.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 30.12.2021.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	30.12.2021 – 10.01.2022	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	11.01.2022 – 23.01.2022	
3	Написание Главы 1	24.01.2022 – 20.03.2022	
4	Написание Главы 2	21.03.2022 – 1.05.2022	
5	Написание введения и заключения	2.05.2022 – 15.05.2022	
6	Оформление ВКР	16.05.2022 – 29.05.2022	
7	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	30.05.2022 – 12.06.2022	
8	Ознакомление с отзывом руководителя	13.06.2022	
9	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	14.06.2022	

Руководитель _____ / А. О. Скворцов /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / А. И. Девликамов /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 56 с., 2 ч., 9 рис., 4 табл., 43 источников.

АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ, НОВАЯ ЭКОНОМИКА, ЭКСПОРТ АВТОМОБИЛЕЙ, ЗЕЛЕННЫЕ АВТОМОБИЛИ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА, ИСТОРИЯ

Объект исследования – китайское автомобилестроение и рынок сбыта легковых автомобилей.

Цель работы состоит в анализе мирового автомобильного рынка и современного состояния легкового автомобилестроения в Китае.

Методологическую основу работы составили составили системный подход, метод анализа, синтеза, классификации, обобщения.

Результаты работы: изучена история автомобильного рынка; охарактеризованы крупнейшие производители автомобилей и их влияние на мировой автомобильный рынок; раскрыто влияние кризиса на современное состояние мирового автомобильного рынка; рассмотрены этапы развития автомобилестроения в Китае; выявлены направления и механизмы повышения конкурентоспособности китайского автопрома; проанализированы китайские производители на глобальном рынке автомобилестроения; определены перспективы развития китайского автопрома на современном этапе.

Рекомендации по внедрению. Анализ китайского автомобилестроения может быть использован государством для повышения эффективности выстраивания новой машиностроительной системы и расширения теоретической базы проводимых исследований.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ истории автомобилестроения и выявлении перспектив китайского автопрома на современном этапе.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования. Перспективы реализации политики китайского автомобилестроения видятся постижимыми, особенно это касается автомобилей использующих альтернативные источники энергии.

Summary

Bachelor's thesis 56 pages, 2 parts, 9 figures, 4 tables, 43 sources.

AUTOMOTIVE INDUSTRY, AUTOMOTIVE TRENDS, NEW ECONOMY, CAR EXPORTS, GREEN CARS, GOVERNMENT POLICY, HISTORY OF THE AUTOMOTIVE MARKET

The object of the study is the Chinese automotive industry and the passenger car sales market.

The purpose of the work is to analyze the global automotive market and the current state of the passenger car industry in China.

The methodological basis of the work was the principles of objectivity, historicism, consistency, unity of historical and logical, socio-historical conditionality of human activity, the relationship of social being and public consciousness.

Results of the work: the history of the automotive market has been studied; the largest car manufacturers and their impact on the global automotive market have been characterized; the impact of the crisis on the current situation of the global automotive market has been revealed; the stages of development of the automotive industry in China have been considered; the directions and mechanisms for increasing the competitiveness of the Chinese automotive industry have been identified; Chinese manufacturers in the global automotive market have been analyzed; the prospects for the development of the Chinese automotive industry in the at the present stage.

Recommendations for implementation. The analysis of the Chinese automotive industry can be used by the state to increase the efficiency of building a new machine-building system and expand the theoretical base of the research.

The theoretical and practical significance of the work consists in a comprehensive analysis of the theoretical foundations of the history of the automotive industry and identifying the prospects of the Chinese automotive industry at the present stage.

Forward-looking assumptions about the development of the object of study. The prospects for the implementation of the policy of the Chinese automotive industry seem to be understandable, especially for cars using alternative energy sources.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Мировой рынок автомобилестроения.....	6
1.1 История мирового автомобильного рынка.....	6
1.2 Крупнейшие производители автомобилей и их влияние на мировой автомобильный рынок.....	12
1.3 Влияние кризиса на современное состояние мирового автомобильного рынка.....	19
Глава 2 Состояние и анализ тенденций развития автомобильной промышленности Китая.....	29
2.1 Этапы становления автомобилестроения в Китае.....	29
2.2 Направления и механизмы повышения конкурентоспособности китайского автопрома.....	36
2.3 Китайские производители на глобальном рынке автомобилестроения	41
2.4 Перспективы развития китайского автопрома на современном этапе..	45
Заключение.....	51
Список использованных источников.....	53

Введение

Важность автомобильной промышленности и перспективы ее развития определяются тем, какую роль занимает автотранспорт в национальной экономике той или иной страны. Страны-лидеры автомобилестроения занимают лидирующие позиции и в мировой экономике. Автомобильная промышленность буквально влияет на технический прогресс и лучше многих статистических выкладок говорит о платежеспособности населения, а значит и об уровне жизни.

Автомобилестроение обеспечивает высокий процент занятости трудоспособного населения каждой страны, где производятся и продаются автомобили. Страны-производители автомобильной техники обеспечивают рабочими местами также страны, с которыми у них заключены соглашения о сотрудничестве. Кроме этого, трудоспособное население занято в других отраслях, обеспечивающих автомобильную промышленность.

В условиях же глобализации и жесткой конкурентной борьбы, роста расходов на научно-исследовательские разработки и замедления темпов роста продаж на традиционных рынках развитых стран большинству автопроизводителей остаться совершенно независимыми стало невозможным. В ситуации, когда основные мировые рынки переживают застой, на первый план выходят развивающиеся страны, в первую очередь Китай, Корея, Индия и Мексика.

На сегодняшний день китайский автопром является одной из ведущих отраслей: за первые восемь месяцев 2021 г. Китай в общей сложности экспортировал 1,318 млн автомобилей, что на 117,5 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. В январе – августе 2021 г. объем экспорта китайских автомобилей достиг 137,7 млрд юаней, прибавив 111,1 % в годовом выражении и превысив объем экспорта автомобилей за весь 2020 г.

Для повышения эффективности производства и конкурентоспособности китайских автомобильных компаний необходимо в обязательном порядке отслеживать насущные проблемы развития автомобилестроения в стране и обеспечить их решение для повышения качества производства и своевременно

проводить модернизацию производственной базы на основе использования зарубежных технологий и внедрения международных стандартов качества.

Выявление основных проблем, тенденций и перспектив дальнейшего развития автомобильной промышленности является чрезвычайно актуальным для Китая направлением научных исследований, имеющим важное практическое значение.

Анализ научной литературы по теме исследования позволяет констатировать, что в работах китайских ученых-экономистов достаточно широко освещаются директивы съездов и пленумов коммунистической партии Китая и постановления правительства по вопросам развития автомобильной промышленности. Практическое и теоретическое значение для дальнейшего становления автомобильной промышленности имеют научные положения, подходы, отраженные в трудах таких китайских ученых как С. Го [6], С. Ли [21], С. Цзя [40], Т. Чан [41], Х. Ху [39], а также российских экономистов – Ю. А. Баронина [2; 3], Г. Т. Догузов [9], В. В. Епифанов [11], Э. М. Коротков [19], Е. Д. Кочнев [20], А. М. Мухаметшина [22], С. Л. Сазонов [33], С. Н. Канунников [17] и др.

Цель работы состоит в анализе мирового автомобильного рынка и современного состояния легкового автомобилестроения в Китае.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

- изучить историю мирового автомобильного рынка;
- охарактеризовать крупнейших мировых производителей автомобилей и их влияние на мировой автомобильный рынок;
- раскрыть влияние кризиса на современное состояние мирового автомобильного рынка;
- рассмотреть этапы становления автомобилестроения в Китае;
- выявить направления и механизмы повышения конкурентоспособности китайского автопрома;
- проанализировать китайских производителей на глобальном рынке автомобилестроения;

– определить перспективы развития китайского автопрома на современном этапе.

Объект исследования – китайское автомобилестроение и рынок сбыта легковых автомобилей. Предмет исследования – факторы и тенденции развития автомобильной промышленности КНР, повышения уровня конкурентоспособности китайских легковых автомобилей на внутреннем и мировом автомобильных рынках.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ истории автомобилестроения и выявлении перспектив китайского автопрома на современном этапе.

В ходе исследования использовались следующие методы: анализ, синтез, классификация, обобщение.

Структура работы отражает логику и содержание исследования. Работа состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения и списка используемых источников.

Глава 1 Мировой рынок автомобилестроения

1.1 История мирового автомобильного рынка

Автомобильный рынок, появившись впервые в Германии и Франции, вызвал значительное увеличение производства товаров. Длительное время автомобилестроение было первым среди других отраслей по уровню организации производственного процесса, за что было названо «промышленностью промышленности».

На развитие автомобильного рынка большое влияние оказывали технические изменения в конструкции и агрегатах автомобиля, а также технологии производства. Влияние указанных факторов сохраняется и в наше время. На первых этапах развития автомобильного рынка покупателям нередко приходилось покупать двигатель и шасси у одного производителя, а кузов у другого, так как многие фирмы специализировались на чём-то одном [11]. При этом, в большинстве случаев, невозможно было купить готовый товар: все производилось «под заказ». Это было связано с преобладанием в отрасли кустарного производства. Первые автомобили были рассчитаны только на двоих пассажиров. С ростом спроса и увеличением конкуренции, производители стали прислушиваться к требованиям потребителей: появились автомобили на четыре пассажира.

Во времена формирования автомобильного рынка не существовало автомобильных брендов в современном их понимании. Каждая мастерская могла изготавливать автомобиль под своим именем. Для того, чтобы выделить свою продукцию среди многочисленных конкурентов, автопроизводители стремились участвовать в спортивных гонках, что является проявлением маркетинговой стратегии [11].

Первые автомобили были весьма дорогими, что ограничивало круг потребителей. В дальнейшем автомобиль из предмета роскоши превратился в предмет потребления. Особенно стремительно это происходило в США, где был самый ёмкий автомобильный рынок в мире. Первый американский доступный

автомобиль был произведён компанией «Oldsmobile» в 1901 г. и назывался «*American Curved Dash*» [12].

Новый этап развития автомобильного рынка начался с внедрения в автомобильной промышленности массового способа производства с использованием конвейера. Автомобилем, ознаменовавшим начало новой эпохи, стал «*Ford Model T*» в 1908 г., сконструированный Генри Фордом [12]. Это был недорогой (более чем на треть дешевле конкурентов) и надёжный автомобиль, способный проехать даже по сельским дорогам (дорожная система США в то время была слаборазвита).

После нескольких лет производства «*Ford Model T*», в 1913 г. на предприятии был введён метод стандартизации и взаимозаменяемости частей автомобиля, а также конвейерная технология сборки [12]. К 1923 г. каждый второй автомобиль в США (50 % рынка) носил марку «*Ford*». На рисунке 1 представлен график количества автомобилей в США с 1900 по 1960 гг.



Рисунок 1 – Количество автомобилей в США с 1900 по 1960 гг. (млн) [18]

Третий этап развития автомобильного рынка связан с внедрением системы «бережливого» производства (*lean production*). Впервые этот способ производства автомобилей был применён компанией «*Toyota Motor Corporation*» в конце 1940-х гг. «Бережливое» производство позволяет достигнуть более выгодного

соотношения цена/качество в условиях дефицита ресурсов и падения спроса. Также это позволило сократить сроки поставки товара и ускорить внедрение технических новшеств.

Применение «бережливого» производства позволило автопроизводителям из Японии, в особенности «Toyota», достаточно быстро завоевать большую долю рынка, потеснив прежних лидеров, таких как GM. Критерии конкурентоспособности с этого момента подверглись изменению. Потребители увидели, что качественный автомобиль не обязательно должен быть дорогим [11].

На протяжении всей своей истории автомобильная промышленность демонстрировала замечательную способность приспосабливаться к меняющимся условиям. Хотя производители приходили и уходили в течение последнего столетия, промышленность сосредоточилась на создании автомобилей, которые отвечают потребностям потребителя.

Так современное автомобилестроение пришло к основным тенденциям, которые были отмечены в мировой автомобильной промышленности в течение последних 20 лет.

1 Значительно сократился уровень производства автомобильной продукции в странах, которые развиваются. В первую очередь, такое изменение было вызвано более жёсткой конкуренцией, проявляющейся в том числе, в повышении требований к обеспечению производства более экологичной продукции – автомобилей, обещающих приемлемый уровень выбросов в атмосферу. Несмотря на замедление темпов роста, существует большой потенциал данного рынка, учитывая, что в большинстве развивающихся стран есть возможность получения льготных условий производства автомобильной продукции.

2 Происходит перманентное консолидированное развитие отрасли. Консолидация приводит к формированию альянсов, основанных на стратегическом сотрудничестве, а также ведет к сокращению количества производителей автомобильной продукции.

3 Формируются стратегии платформы, суть которых заключается в использовании одной платформы для производства автомобильной продукции

(монтажной рамы, на которой монтируются все компоненты автомобиля и детали для него).

4 Проявляется развитие гибкого производства автомобильной продукции, что в последние годы является одним из новых конкурентных преимуществ международных компаний [11].

5 Как продолжение «стратегии платформы» наблюдается развитие автомобильной промышленности, основанной на принципах модульной сборки – конвейерного способа производства. Данный способ производства привел к технической революции в сфере развития автомобильной промышленности, а также изменил потребности автомобильной отрасли в сфере организационной составляющей.

6 Развивается такой процесс как аутсорсинг производства комплектующих.

7 Происходит повышение влияния более развитых производителей автомобильных комплектующих и запасных частей на мировой автомобильный рынок с помощью формирования собственной линии производства и сборки, что может происходить за счет слияний (в том числе, создания конгломератов) [11].

8 Развертывание мирового финансового кризиса, который оказал негативное влияние на сферу производства автомобильной продукции – производители автомобильной продукции вынуждены были прибегнуть к сокращению объёмов производства, реализации стратегии экономии на масштабах, а также созданию более экономичных моделей [11].

Технология автомобильных двигателей сталкивается с жестким регулированием выбросов, повышением эффективности и мощности. Хотя производство топливных элементов, электрических и гибридных двигателей набрало обороты, проникновение на рынок происходит медленно из-за ценовых и инфраструктурных факторов. Ископаемое топливо по-прежнему остается самым надежным источником энергии.

Вместе с этим, вопрос о регулировании выбросов углекислого газа встал на переднем плане, особенно у Европы. На рисунке 2 представлена диаграмма выбросов углекислых газов от транспорта по странам.

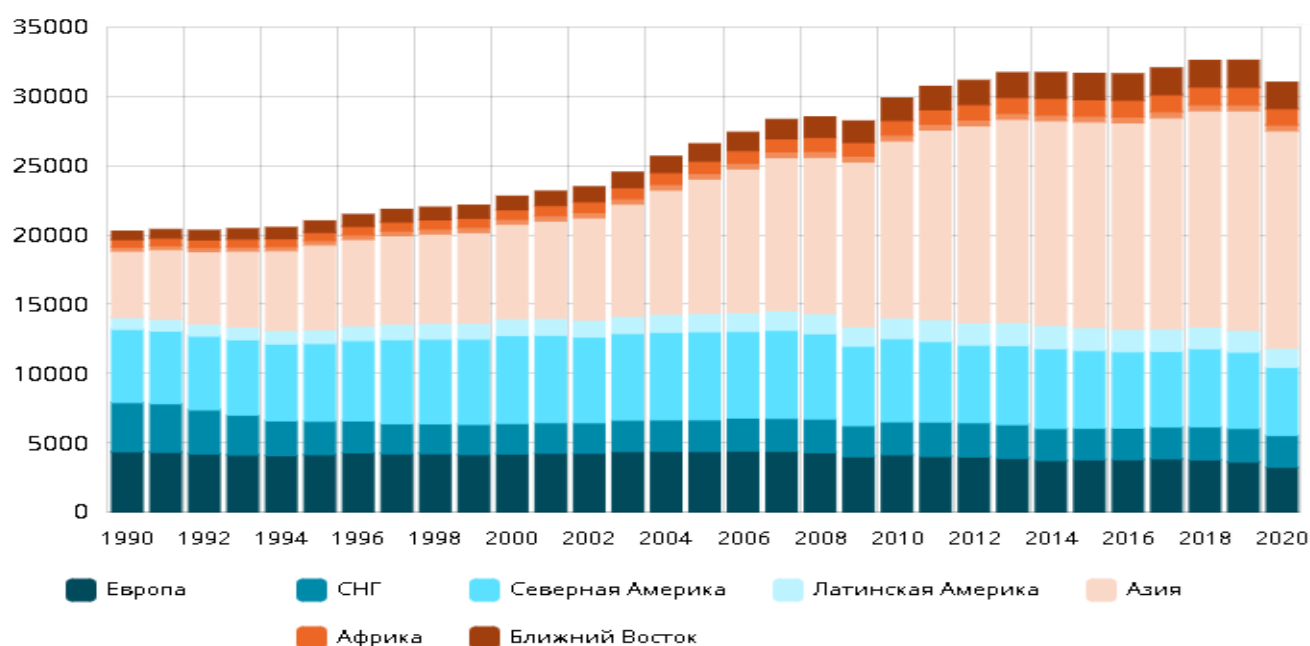


Рисунок 2 – Выбросы углекислых газов от транспорта по странам [5]

Технология автомобильных двигателей сталкивается с жестким регулированием выбросов, повышением эффективности и мощности. Хотя производство топливных элементов, электрических и гибридных двигателей набрало обороты, проникновение на рынок происходит медленно из-за ценовых и инфраструктурных факторов. Ископаемое топливо по-прежнему остается самым надежным источником энергии.

К основным современным тенденциям и технологиям можно отнести гибридные автомобили, которые используют перезаряжаемую систему накопления энергии для дополнения энергии ископаемого топлива для движения автомобиля. Гибридные двигатели меньше и более эффективны, чем традиционные топливные двигатели. Некоторые гибридные транспортные средства используют рекуперативное торможение для выработки электроэнергии во время движения. Термин «гибридное транспортное средство» может также относиться к двигателю транспортного средства, который использует комбинацию различных видов топлива, таких как нефть и этанол. На рисунке 3 представлена статистика продажи автомобилей с гибридным двигателем.

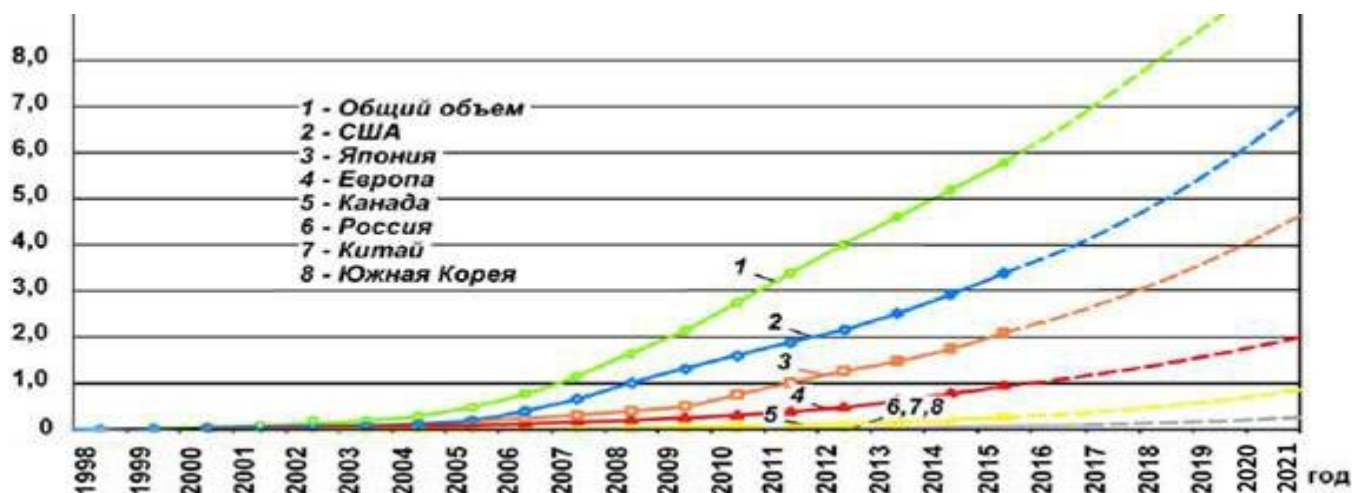


Рисунок 3 – Статистика продаж автомобилей с гибридным двигателем (млн) [37]

Анализ статистики продаж автомобилей с гибридным двигателем показал, что популярность такого вида автотранспорта повышается, что в свою очередь доказывает его актуальность.

Автомобилестроение является материальной основой технического перевооружения экономики. В развитых странах эта отрасль является ведущей для машиностроения. На это есть вполне логичные причины:

- в реалиях современности количество единиц техники, необходимой для удовлетворения хозяйственных нужд, растет;
- машиностроение находится в состоянии постоянного развития, давая толчок к подъему в смежных отраслях. Внедряемые здесь инновации перетекают в другие отрасли, что в результате положительно влияет на экономику в целом;
- автомобильная промышленность состоит в числе наиболее прибыльных для государства, принося в бюджет дополнительные вливания за счет продаж на внутреннем и внешнем рынках, также способствуя росту товарооборота;
- автомобильная промышленность относится к числу стратегически значимых. Речь, в первую очередь, идет об оборонной промышленности, использующей передовые разработки из области машиностроения для увеличения военного потенциала [22, с. 382].

На основе вышеперечисленного можно сделать однозначный вывод. Машиностроение по мере своего развития претерпело множество этапов, начиная от

трудностей производства до их экологичности. В последние годы в автомобильном рынке возрастает влияние технологических новинок в разработке силовых агрегатов автомобилей. В силу подорожания автомобильного топлива и загрязнения окружающей среды, потребители стремятся приобретать более экономичные автомобили. Свою роль в этом играют и правительства, устанавливая всё более жёсткие экологические нормы на выброс вредных веществ автомобилями. Возрастает, особенно в развитых странах Европы, количество автомобилей с дизельными двигателями. Несколько компаний уже продают на рынке автомобили с гибридными топливно-электрическими двигателями. Появляются автомобили исключительно на электрической тяге, подзаряжаемые от электрической розетки.

1.2 Крупнейшие производители автомобилей и их влияние на мировой автомобильный рынок

Мировой автомобильный рынок включает региональные автомобильные рынки и автомобильные рынки отдельных стран, на которых действуют основные транснациональные корпорации автопроизводителей. Среди основных современных рынков можно выделить рынки промышленно развитых стран (Северная Америка, Европа и Япония), развивающихся стран (страны АСЕАН, в том числе Индия и Китай) и стран с переходной экономикой, в первую очередь России. У каждой страны есть свой подход в изготовлении автомобилей и их дальнейшей продаже. История показала быструю адаптацию к переменам связанным с кризисом, войной, теми или иными изменениями на автомобильном рынке. Страны, которые смогли справиться со всеми проблемами минувших дней, имеют высокий показатель.

Современный мировой автомобильный рынок существует в условиях избыточного предложения, уменьшающегося спроса и острейшей конкуренции. Такая ситуация вынуждает автомобилестроительные компании, желающие занимать достойные позиции на мировом рынке, идти по пути объединения, концентрации и жесткого сокращения издержек. Динамика производства автомобилей в крупнейших странах-производителях приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Производство автотранспортных средств крупнейших мировых стран-производителей 2010–2020 гг. (тыс.) [29]

Место в рейтинге мирового производства	Страна	2010	2012	2014	2016	2018	2020
1	Китай	18264	19272	23720	28120	27809	25225
2	США	7 761	10 329	11 661	12 198	11 298	8822
3	Япония	9 626	9 943	9 775	9 205	9 730	8068
4	Германия	5 906	5 649	5 908	6 063	5 120	3742
5	Индия	3 537	4 145	3 840	4 489	5 143	3394
6	Южная Корея	4 272	4 558	4 525	4 229	4 029	3507
7	Мексика	2 345	3 002	3 365	3 597	4 101	3177

В настоящее время лидер по производству – Китай, на страну в целом (по данным за шесть месяцев 2020 г.) приходится более четверти объема мирового автопрома, с ведущими производителями (*Geely, FAW, ZXAUTO*) [33, с. 210]. Доля США составляет 20,9 % в списке 15 крупнейших стран-производителей автомобилей и они представлены мировыми лидерами *General Motors (GM), Ford Motor Co.* и *Chrysler Group* [1].

Европа представлена ведущими автопроизводителями Германии (*Daimler-Benz AG, Volkswagen AG, BMW, Porsche*) [30], Франции (группа *PSA Peugeot Citroen* и *Renault*), Италии (*Fiat Auto*) и Швеции (*Saab Automobile* и *Volvo Car AB*).

Автомобильный рынок Азии представляют ведущие автопроизводители Японии (*Toyota Motor Co., Honda, Nissan Motor Co., Mitsubishi Motors, Subaru, Mazda, Suzuki*), Республики Корея (*Hyundai Motors, Kia Motor, Daewoo*), Индии (*Tata Motors*).

Современный мировой автомобильный рынок существует в условиях избыточного предложения, уменьшающегося спроса и острейшей конкуренции. Такая ситуация вынуждает автомобилестроительные компании, желающие занимать

достойные позиции на мировом рынке, идти по пути объединения, концентрации и жесткого сокращения издержек.

Перспективы консолидированных компаний вполне предсказуемы, несколько сложнее определить, что ждет независимых автопроизводителей, которым все сложнее выживать и конкурировать на глобализирующемся мировом автомобильном рынке. В настоящее время большинство компаний принадлежат или находятся в альянсах с автомобилестроительными ТНК других стран. Ведущими мировыми автопроизводителями являются *GM, Toyota Motor Co., Ford Motor, Renault/Nissan, Volkswagen AG, DaimlerChrysler, PSA Peugeot Citroen, Honda, Hyundai Motors, Fiat Auto*.

Цель маркетинговой деятельности ТНК на мировом автомобильном рынке изменилась. Она состоит в необходимости построить работу автомобилестроительных компаний таким образом, чтобы получить наибольшую долю рынка и удовлетворить возрастающие запросы потребителей, а не просто получить максимально возможную прибыль [2].

В условиях глобализации мирового автомобильного рынка все более усиливается проявление двойственности маркетинговых подходов, в том числе в маркетинговой деятельности автомобилестроительных ТНК. С одной стороны, маркетинг призван заставлять автомобилестроительные ТНК работать над удовлетворением запросов потребителей [2]. С другой стороны, реализация данных «благородных» намерений осуществляется автомобилестроительными ТНК часто «не благородными» способами. На мировом автомобильном рынке данные противоречия проявляются довольно сильно, т.к. в условиях глобализации все больше обостряется конкурентная борьба.

Существует несколько глобальных тенденций в развитии мировых автомобилестроительных ТНК.

1 Изменение географии мирового автомобильного рынка. Такая тенденция проявляется в изменении позиций крупнейших американских, европейских и азиатских автомобилестроительных ТНК на мировом автомобильном рынке.

В условиях острой конкурентной борьбы лишь японские и корейские автомобилестроительные ТНК укрепляют свои позиции на американском и европейском рынках легковых автомобилей. В США и европейских странах продолжается рост продаж японских и корейских легковых автомобилей, главное преимущество которых заключается в их высокой надежности и экономичности. Положение европейских поставщиков усугубляется жесткими требованиями Европейской комиссии о снижении выбросов вредных веществ и противодействием профсоюзов программам реструктуризации отрасли [3].

Таким образом, завершается процесс «крушения олигополии», т.е. превращения США из рынка, контролируемого тремя крупными автомобилестроительными ТНК (*GM, Ford Motor* и *Chrysler*), в рынок, на котором примерно равные позиции занимают 8 компаний:

- основным перспективным центром развития мирового автомобилестроения рассматриваются страны БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР). Значимость рынка стран БРИКС такова, что если в развитых странах продажи к 2024 г. вырастут не более чем на 10 %, то в этих странах объемы рынка увеличатся в несколько раз;

- усиление позиций Китая на мировом автомобильном рынке. Так, экспорт китайских автомобилей (преимущественно в страны Ближнего и Среднего Востока и Европы) неуклонно растет, а ряд китайских компаний разрабатывает продукцию, специально предназначенную для рынков США и стран ЕС;

- одним из перспективных центров развития мировой автомобильной промышленности являются страны АСЕАН (Индонезия, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Филиппины);

- увеличение производственных мощностей ведущих автомобилестроительных ТНК в странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), таких, как Чехия, Словакия, Венгрия, Польша [3].

Это обусловлено, главным образом, более низкой заработной платой, которая составляет примерно 25 % от уровня, существующего в Западной Европе. В то же время каждая из этих стран имеет национальные четко выраженные преимущества.

Лидирующие позиции среди стран ЦВЕ занимает Чехия, основными преимуществами которой являются ее выгодное географическое положение, высокий уровень квалификации инженерно-технического персонала, наличие хорошей инфраструктуры, обширная база субподрядчиков, а также благоприятное инвестиционное законодательство [3].

2 Изменение структуры промышленного производства мирового автомобильного рынка.

В автомобилестроении промышленно развитых стран в последние годы осуществляется переход от крупносерийного выпуска одной или нескольких моделей к мелкосерийному выпуску более широкого ассортимента. Это проявляется через изменение в сторону увеличения модельного ряда на американском автомобильном рынке, а также снижение производства популярных моделей и увеличение выпуска новых моделей европейскими автомобильными компаниями.

Кроме того, одна из главных проблем современной автомобильной промышленности – кризис мощностей, которые превышают спрос. Поэтому многие мировые автопроизводители активно проводят реструктуризацию своих подразделений. Например, компания *GM* продолжает кардинально перестраивать свой бизнес в Европе, объединяя шведское, британское и германское подразделения дизайна и конструкторских разработок, устраняя дублирование функций в подразделениях, определяя узкую специализацию подразделений в каждой стране и перенося часть европейских производств в другие регионы (например, в Республику Корея из Германии).

3 Изменение маркетинговых подходов ТНК на мировом автомобильном рынке.

Главной и наиболее существенной тенденцией развития маркетинга автомобилестроительных ТНК является глобализация мирового автомобильного рынка. Современный мировой автомобильный рынок характеризуется стадией перенасыщения рынков, наступающим кризисом перепроизводства и уменьшением темпов роста спроса на рынках промышленно развитых стран [2].

Глобализация это возрастание роли внешних факторов (экономических, социальных и культурных) в воспроизводстве всех стран-участниц этого процесса, формирование единого мирового рынка (рынков) без национальных барьеров и создание единых юридических условий для всех стран.

Оптимизация издержек производства делает автомобиль все более доступным. Вместе с капиталом объединяются и различные технологии проектирования, производства и сбыта автомобилей, позволяя все полнее удовлетворять потребности покупателей. Например, компания *Ford Motor* объявила о реализации своей программы по созданию «глобального дизайна» автомобиля *Ford*, что предполагает создание узнаваемого образа автомобиля для покупателей всех стран [1].

Таким образом, процесс глобализации влияет на необходимость использования определенных подходов в разработке стандартизированного комплекса маркетинга, т.е. использовать одинаковые маркетинговые приемы для автомобильных рынков разных стран.

Несмотря на глобализацию экономик разных стран, нельзя забывать о специфике и уникальности каждого отдельно взятого автомобильного рынка страны или региона. Глобализация в мировой экономике не означает глобализации вкусов потребителей. Каждый рынок сохраняет свои требования к характеристикам автомобилей, и объединение автомобилестроительных компаний не должно отразиться на разнообразии предложений для потребителей легковых автомобилей разных стран [3].

В настоящее время происходит поиск и создание принципиально новых сегментов на автомобильном рынке, так называемых промежуточных сегментов [6, с. 8]. Означенная тенденция связана с усилением процессов индивидуализации в деятельности автомобилестроительных компаний на автомобильных рынках отдельных стран и с формированием индивидуализированного комплекса маркетинга, то есть с использованием различных маркетинговых приемов с учетом особенностей потребительского восприятия на автомобильных рынках разных стран.

Важное значение для мировой автомобилестроительной промышленности приобретает борьба за безопасность, которая требует мероприятий просвещенного маркетинга. Американский журнал *Consumer Reports* опубликовал ежегодный рейтинг компаний с самыми надежными автомобилями. На рисунке 4 представлен рейтинг самых надежных автомобилей 2021 г.



Рисунок 4 – Рейтинг надёжности автопроизводителей 2021 г. [32]

В этом году в списке сменился лидер – на первую строчку поднялась марка *Mazda*. По оценкам американской компании, *Mazda* получила 83 баллов, а *Toyota* и *Lexus* 74 и 71 балл соответственно. На четвертом месте *Buick* (70). Далее следуют *Honda* (63) и *Hyundai* (62). Тем самым японские машины являются самыми безопасными.

Все большую значимость в мировом автомобилестроении приобретают вопросы экологии, требующие новых подходов, которые формирует экологический маркетинг. Ориентация на реализацию требований экологического маркетинга направлена на преодоление проблем, связанных с защитой окружающей среды, нехваткой ресурсов, быстрым ростом и старением населения.

Экологический аспект выпускаемых автомобилей стал важным фактором конкурентоспособности автомобилестроительных ТНК. Значимость производства

экологичных автомобилей особенно актуальна для автопроизводителей развивающихся стран и стран с переходной экономикой [6, с. 4].

Усиление тенденций в инновационности автомобиля и эстетического усовершенствования. Например, в конкурентной борьбе с американскими и азиатскими автомобилестроительными компаниями немецкие автопроизводители рассчитывают победить за счет усложнения инновационной составляющей производимой продукции и улучшению дизайна, комфортности, удобства эксплуатации и др. [6, с. 8].

Разработки в области маркетинговых аспектов дизайна являются в настоящее время основополагающими [6, с. 6]. В современном дизайне выделяют несколько основных маркетинговых тенденций: соединение классов (внедорожник и универсал); многофункциональность интерьера (возможности сочетания в салоне автомобиля отдыха и работы); дополнительные удобства и комфортность (крыши с огромными люками, поднимающиеся вверх двери и т.д.)

Таким образом, мировые лидеры автомобилестроения следят за тенденциями автомобильного рынка. Их борьба за высокое место на рынке, позволяет наблюдать за огромными шагами как в технических, так и в дизайнерских обновлениях. Безопасность, скорость, удобство и т.д., все это улучшается буквально на глазах, и то, что мы видели пару лет назад уже невозможно сравнить с современными проектами.

1.3 Влияние кризиса на современное состояние мирового автомобильного рынка

Современная автомобильная промышленность, состоящая из глобальных цепочек поставок, демонстрирует высокую чувствительность к воздействию кризисных явлений в экономике. Трудности испытывают все компании отрасли: автодилеры – в связи с закрытием автосалонов, операторы каршеринга – из-за остановки деятельности, автопроизводители и производители запчастей – из-за падения продаж автомобилей и проблем с поставками комплектующих. Текущий

глобальный экономический кризис, вызванный пандемией *COVID-19*, создает новые угрозы для развития автомобилестроения и актуализирует проблематику исследований трансформаций, происходящих в отрасли под воздействием кризиса. Массовые остановки производств, продаж, появление дефицита комплектующих и необходимость восстановления производства, ставшие следствием пандемии коронавирусной инфекции, бросают новые вызовы автопроизводителям. Кризис 2020 г. реализовался в условиях сокращающегося мирового спроса на новые автомобили. Сбои в цепочках поставок в начале пандемии, а затем и резкое снижение спроса привели к падению объемов производства, сокращению занятости, проблемам с ликвидностью и банкротствам компаний отрасли [4].

Автомобильные компании чаще всего прибегают к стратегии слияния и поглощения, в то время как страны с низким уровнем автомобилизации и высоким потенциалом рынка рассматриваются ими как наиболее перспективные для строительства собственных предприятий и выпуска там своей продукции [19, с. 52].

Выход на новый рынок основан на трех принципиально разных подходах: автомобильные компании могут либо поставлять уже готовую продукцию, либо собирать ее на месте, либо сочетать эти две стратегии. В зависимости от способа ведения бизнеса на внешнем рынке могут выбираться необходимые антикризисные стратегии [19, с. 42]. Стратегии освоения, в том числе, как способ преодоления кризиса, новых рынков и выбор способа начала производства в различных регионах мира определяются рядом страновых, отраслевых и корпоративных факторов, среди которых наибольшую роль играют предполагаемая величина спроса, особенности национального законодательства и стабильность политической ситуации.

Кроме того, безусловно, антикризисные стратегии в автомобильной отрасли включают:

- стратегии интегрированного роста – расширение путем добавления новых структур внутри отрасли;
- стратегии концентрированного роста – изменение продукта или рынка в рамках традиционной отрасли: захват рынка – увеличение доли на традиционных

рынках, развитие рынка – новые рынки для старого продукта, развитие продукта – новый продукт на традиционных рынках;

– стратегии диверсификации: централизованной диверсификации – новые производства, совпадающие с основным профилем; горизонтальной диверсификации – новая непрофильная продукция для традиционных рынков; конгломеративной диверсификации – новые непрофильные производства для новых рынков;

– стратегии деинвестирования заключается в продаже части или всего предприятия [19, с. 37].

Чаще всего на домашнем рынке используются стратегии интегрированного и концентрированного роста, на внешнем рынке – стратегии диверсификации и деинвестирования. Кризис *COVID-19* привел к фундаментальным изменениям в спросе, что привело к гораздо более глубокой систематической рецессии [4]. Компании автомобильной индустрии интенсивно сосредотачиваются на управлении отношениями с клиентами и цифровым спросом, а также на предоставлении гибких предложений с низкими первоначальными затратами, чтобы активно противодействовать растущей неопределенности потребителей. Теперь требуются модели управления волнами, учитывающие временную задержку в цепочках поставок и спроса.

Электрическая мобильность батарей, подключение и цифровизация, электрическая мобильность топливных элементов и гибридная электрическая мобильность зарекомендовали себя как ключевые антикризисные меры в отрасли. Стратегии субсидирования и налоговых льгот являются важными инструментами для достижения технологических целей и определения доли рынка.

Фундаментальное отличие кризиса *COVID-19* от других состоит в том, что он перенес фокус отрасли с технологического развития на повестку дня, которая больше сосредоточена на выживании [4]. На рисунке 5 отражены темпы прироста мирового ВВП и динамика мирового производства автотранспортных средств всех типов.

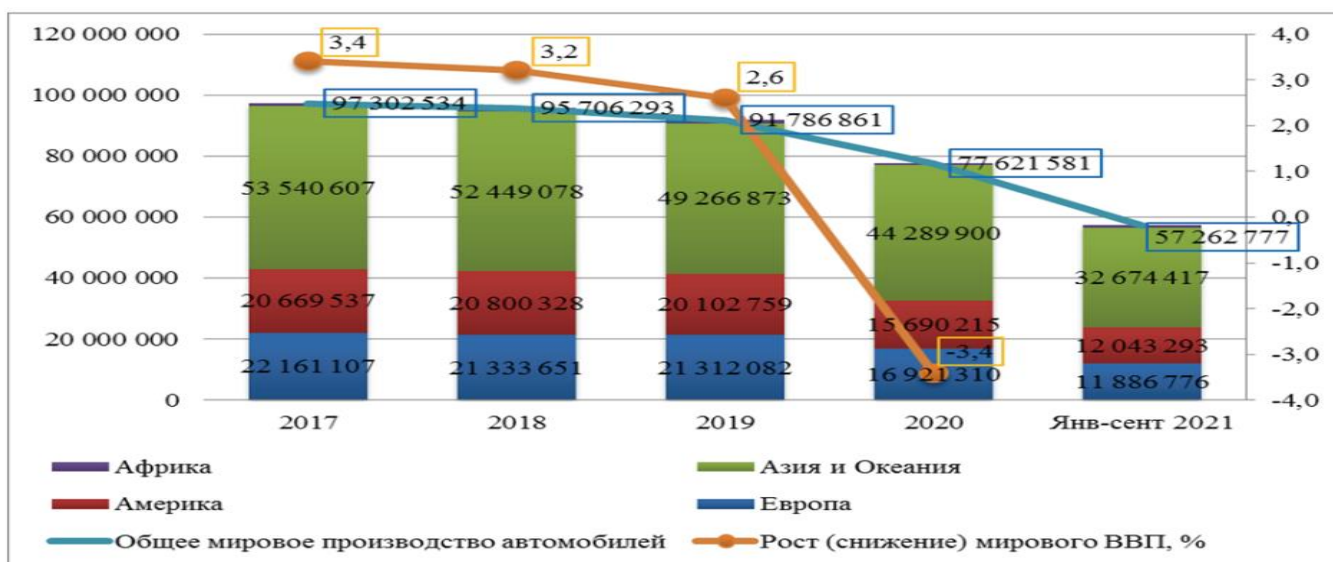


Рисунок 5 – Динамика мирового ВВП и мирового производства автотранспортных средств [8]

В преддверии настоящего кризиса, вызванного пандемией *COVID-19*, мировая экономика характеризовалась высокими, но замедляющимися темпами роста, так, в 2017 г. среднегодовой прирост мирового ВВП составлял 3,4 %, в 2018 г. – 3,2 %, в 2019 г. – 2,6 %. Мировая экономика характеризовалась нарастанием экономической конфронтации между США и Китаем, сокращением объемов инвестиций, ростом государственных долгов. Кризис привел к резкому снижению ВВП в 2020 г. до отрицательного значения, сокращение мирового ВВП составило 3,4 %.

Экономический кризис, вызванный пандемией *COVID-19*, создает угрозы для автомобильной промышленности. Пандемия продемонстрировала уязвимость систем производства, основанных на сложных и взаимозависимых цепочках поставок. Продолжительное закрытие заводов в г. Ухань в Китае в связи с карантинными мерами обусловило возникновение дефицита автокомпонентов и сбои в цепочке поставок на глобальном уровне [4].

Кроме того, текущий кризис реализовался в условиях сокращающегося мирового спроса на новые автомобили, в связи с чем мировое производство автотранспортных средств также сокращалось: на 1,6 % – в 2018 г., на 4,1 % – в 2019 г. по отношению к предыдущим годам. В 2020 г. объем мирового производства

автотранспортных средств сократился на 15,4 %, а за три квартала 2021 г. – на 9,8 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г., причем сокращение производства произошло во всех регионах мира, что создало серьезные проблемы для автомобильной промышленности [4].

Причиной значительного падения количества произведенных автомобилей в 2020 г. считается полная остановка заводов по производству автомобилей в начале 2020 г. в странах Азии, Европы, Северной и Южной Америки. На рисунке 6 изображен график падения произведенных автомобилей до 2020 г.

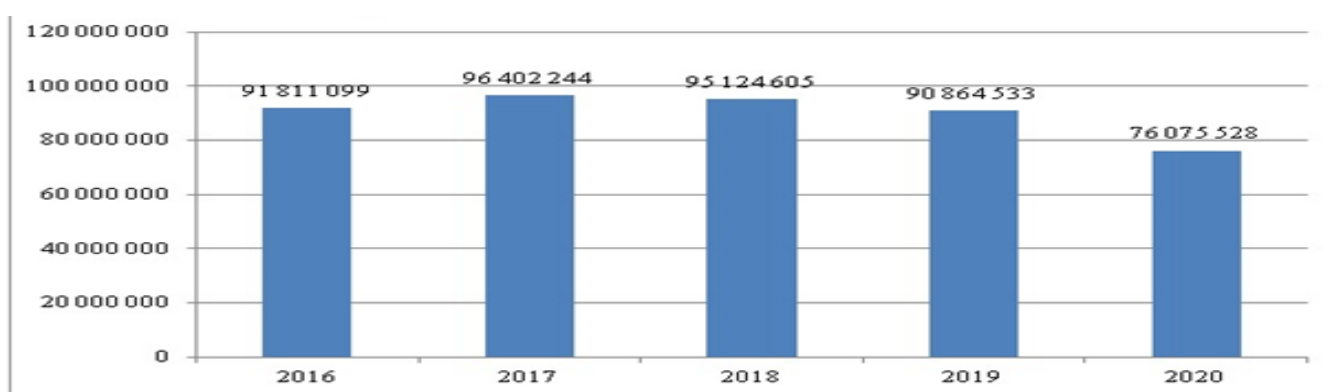


Рисунок 6 – Производство легковых автомобилей с 2016 по 2020 г. (шт) [30]

Данные события произошли в марте 2020 г. вследствие обнаружения и распространения случаев заражения на автомобильных фабриках. Остановка производства и закрытие заводов началось в Германии на заводах концернов *Volkswagen*, *Daimler*, *BMW* [26], во Франции на заводах концернов *PSA* и *Renault*, в Италии на заводах концерна *FCA*, после чего данными концернами были остановлены заводы в остальных странах Европейского союза и по всему миру.

Второй причиной снижения считаются трудности с поставкой компонентов, особенно микроэлектроники, вследствие повышенного спроса на микрочипы и интегральные схемы со стороны отрасли потребительской электроники, в результате чего действующие фабрики по производству чипов и интегральных схем не справились с потоком заказов и не в состоянии были удовлетворить спрос [4].

Проблема с нехваткой электронных компонентов возникла еще до пандемии коронавируса и позже осложнилась из-за ряда других факторов, в том числе из-за распространения более заразного индийского штамма коронавируса, что привело к закрытию некоторых заводов. От дефицита микрочипов пострадали сразу несколько отраслей, в частности автомобильная промышленность.

В первом квартале 2021 г. потери автопроизводителей составили около 1,4 млн единиц, во втором – 2,6 млн.

Проблема возникла еще до пандемии коронавируса. Впоследствии она осложнилась из-за нескольких факторов. Это спрос со стороны производителей других товаров, особенно бытовой электроники; влияние неблагоприятных погодных условий на цепочки поставок, например ледяной шторм в Техасе, и другие форс-мажорные события, такие как пожар на фабрике чипов компании Renesas в Японии.

Наибольшие потери производства в первом полугодии понесли *Stellantis* (марки *Chrysler*, *Citroën*, *Dodge* и другие) – почти 600 тыс., а также *RenaultNissan-Mitsubishi* – более 415 тыс. единиц [1].

Сложившаяся ситуация может негативно повлиять на планы развития электротранспорта, который больше зависит от электронных компонентов, чем обычные автомобили. Кроме того, о корректировке объема производства из-за вынужденного падения спроса со стороны автоиндустрии начинают задумываться и производители других компонентов.

В частности, с проблемами поставок электронных компонентов столкнулся российский концерн АвтоВАЗ, который летом 2021 г. несколько раз приостанавливал выпуск автомобилей. Так, 1 июня компания сообщила о временной остановке производства *Lada Granta*, а 14 июля заявила о приостановке на день выпуска моделей *Lada Largus* и *Xray*, а также *Renault Sandero* и *Logan*, поскольку компания «Bosch Самара» недопоставила электронные компоненты. С 23 августа концерн на неделю приостановил работу на всех трех линиях по производству автомобилей завода в Тольятти [38].

Как следствие, сокращается не только производство автомобилей, но и их реализация. В 2020 г. глобальные продажи транспортных средств снизились на 13,8 % относительно 2019 г. В течение 2021 г. на мировом рынке также продолжается падение продаж новых автомобилей.

Крупнейший автоконцерн *Volkswagen* преодолевает кризис в первую очередь с помощью четкой, ориентированной на клиента, и инновационной политики в отношении продуктов и цен [26].

Из-за воздействия кризиса, вызванного *COVID-19*, некоторые немедицинские компании начали производство медицинских изделий, таких как маски, аппараты искусственной вентиляции легких и их комплектующие, дезинфицирующие средства. Однако это не долгосрочная стратегия выживания, и компании должны сосредоточиться на инновациях, чтобы пережить пандемию [4].

Например, по заказу правительства Великобритании компания *Mercedes Formula One* разработала и начала производство адаптированного устройства, которое обеспечивает постоянное положительное давление в дыхательных путях, доставляет кислород в легкие без инвазивных аппаратов ИВЛ. Устройство позволит пациентам с коронавирусом проходить лечение в отделениях обычной терапии.

Южнокорейская автомобилестроительная компания *Hyundai Motor* занимается производством кислородных респираторов, чтобы помочь Индии справиться с распространением коронавирусной инфекции. Компания намерена изготавливать тысячи респираторов в сотрудничестве с производителями медицинского оборудования.

Компания *Ferrari* полностью перепрофилировала свое производство и занялась выпуском аппаратов вентиляции легких.

Автомобильная компания *Lamborghini* перевела свой пошивочный цех на круглосуточную работу, там делают маски. А цех литья изготавливает прозрачные «забрала» позволяющие защитить лицо и шею.

Франко-итальяно-германское объединение *FCA vs PSA-Opel* также наладило выпуск масок и дыхательных аппаратов [24].

Многие компании в Европейском союзе пользуются налоговыми льготами и мерами поддержки от государства, в частности, субсидирование, снижение налогов.

В Великобритании компания *Jaguar Land Rover* предоставила своим партнерам более 160 автомобилей по всему миру в целях поддержки усилий организаций по борьбе с чрезвычайными ситуациями в период распространения коронавируса. В общей сложности 57 автомобилей, включая 27 новых *Land Rover Defender*, были переданы Британскому обществу Красного креста для доставки лекарственных средств и продовольствия гражданам со всей Великобритании, входящим в группу риска и нуждающимся в дополнительной поддержке из-за введенного режима социальной изоляции.

В Испании компания *Seat*, входящая в состав *VAG*, полностью перепрофилировалась производство и начала изготовление аппаратов искусственной вентиляции. Все цеха одного из заводов полностью перепрофилированы для производства ИВЛ [26].

В Германии компания *Daimler AG* в цехе по производству 3D компонентов работает без перерыва и обеспечивают печать специальных масок. Спортивное подразделение концерна *Mercedes-AMG Petronas Formula One Team* занялось производством усовершенствованных аппаратов ИВЛ [25].

В ноябре 2020 г. *Toyota Motor Corporation* объявила о выпуске «Шодоку Тайши», подставки для дезинфицирующих средств с ножным управлением. В условиях распространения *COVID-19* Toyota использовала свои возможности и производственную систему, которые поддерживают стремление производить маски и щитки, разрабатывать транспортные средства, которые контролируют распространение воздушно-капельным путем, а также обеспечить поддержку для повышения производительности труда в производстве специальных защитных костюмов для медицинского применения. Подставка для дезинфицирующих средств с ножным приводом была впервые выпущена в начале апреля 2020 г. по инициативе сотрудников заводов Toyota, которые хотели принять меры и предотвратить инфекции среди своих коллег, где эксплуатация производственных линий была неизбежно приостановлена из-за пандемии *COVID-19*. Кроме того, с апреля Toyota

Group занимается полномасштабным производством медицинских защитных экранов для лица [35].

Однако кризисы различаются по своим причинам, и, как следствие, компании используют различные инструменты для их преодоления. Например, в экономический кризис 2008–2009 гг. на первый план выходили снижение издержек, повышение производительности и быстрая реакция на запросы потребителей. Перемены требовали от руководителей большей гибкости и оперативности, изменений в модели бизнеса. Многие компенсировали падение спроса за счет роста эффективности бизнеса. Компании сворачивали неперспективные проекты, отказывались от малоэффективных процессов и продуктов, сокращали затраты на продвижение (рекламные бюджеты) и зарплаты персоналу. Самые трудные решения об увольнении работников. Компании уходили от экстенсивного роста, увеличивающего долговую нагрузку [19, с. 54]. Таким образом, успех компаний на рынке определялся растущей производительностью труда, контролем издержек, оперативной реакцией на запросы потребителей, создание прочных межотраслевых связей.

После проведенного анализа, можно сделать вывод, что для автомобильной индустрии типичными антикризисными инструментами являются:

- партнерство с госструктурами, в том числе государственная поддержка, в частности, послабление налогового бремени, компенсации;
- перепрофилирование собственного производства;
- создание новой продукции, выход на новые рынки;
- развитие онлайн-продаж, как способ снижения издержек;
- изменение отношения к потребностям клиентов, их дифференциация, в том числе обслуживание конкретного сегмента рынка и индивидуальный подход к клиенту;
- привлечения профессионалов со стороны и т.д. (для понимания специфики внешнего рынка);
- изменение внутренней культуры компании (в т.ч. бизнес-процессов, мотивации сотрудников, корпоративной культуры);

- изменения бизнес-модели на внешнем рынке (чаще всего на внутреннем рынке это сделать сложнее из-за большей интеграции компании в экономике и потенциальным нарушением процессов всей компании);

- уход с внешнего рынка (позволяет прекратить генерировать убытки).

Общими антикризисными инструментами на внутренних и внешних рынках чаще всего являются: перепрофилирование собственного производства; создание новой продукции; развитие онлайн-продаж, как способ снижения издержек; изменение отношения к потребностям клиентов, их дифференциация, в том числе обслуживание конкретного сегмента рынка и индивидуальный подход к клиенту.

Специфичными антикризисными инструментами для внутреннего (домашнего) рынка выступает партнерство с госструктурами, в том числе государственная поддержка, в частности, послабление налогового бремени, компенсации, изменение внутренней культуры компании; специфичными для внешних рынков – привлечение профессионалов со стороны, изменения бизнес-модели, уход с рынка [19, с. 60].

Таким образом, методы преодоления кризиса, вызванного *COVID-19*, включают в себя не только технологическое и инновационное развитие непосредственной автомобильной отрасли, но и стратегию выживания, основанную на производстве медицинских изделий, таких как маски, аппараты искусственной вентиляции легких и их комплектующие, дезинфицирующих средств. В этой связи приоритетными направлениями развития автомобильной промышленности являются государственная поддержка развития отрасли, стратегии субсидирования и налоговых льгот, стимулирование проведения прикладных и перспективных НИОКР в отрасли.

Глава 2 Состояние и анализ тенденций развития автомобильной промышленности Китая

2.1 Этапы развития автомобилестроения в Китае

Изучая историю автомобилестроения в Китае можно выделить четыре этапа. Первый этап до конца 1950-х гг., второй с начала 1960-х гг. до начала 1990-х гг., третий с начала 1990-х гг. до начала 2000-х гг. и четвертый этап с начала 2000-х гг.

Первые автомобили, появившиеся в Китае в начале XX в., были иностранного производства, в основном американские. Кроме того, в страну поступало некоторое количество английских, французских и японских машин. Но общее их количество измерялось несколькими тысячами единиц. До 1930-х гг. автомобиль в стране был большой редкостью, а автомобильный парк был очень разнообразным, что вносило трудности при его обслуживании и эксплуатации.

В период военных действий Японии против Китая в 1937–1945 гг. автомобильный парк страны претерпел сильные изменения. Большая часть автомобилей была уничтожена в ходе военных действий или захвачена японскими войсками. С другой стороны, в Китай поступали автомобили по ленд-лизу [17]. Так некоторые страны, в основном США и Великобритания, осуществляли поставки военной техники, в том числе и грузовых автомобилей для китайской армии. Кроме того, часть автомобилей японской армии, особенно в последние месяцы военных операций достались китайским военным [17]. Все это значительно изменило соотношение разных марок автомобилей, эксплуатируемых в Китае. В период гражданской войны в 1946–1950 гг. в Китай так же поступало много военной техники, в том числе и грузовых автомобилей из СССР и США. На дорогах этой страны можно было видеть машины самых разнообразных иностранных фирм – японские, американские, английские, французские, не было только китайских. По сути, до середины 1950-х гг. в Китае только были мастерские по ремонту и обслуживанию автомобилей [22, с. 78].

С победой Народно-освободительной армии Китая и провозглашения 1 октября 1949 г. Китайской Народной Республики правительство поставило задачу создать собственную автомобильную промышленность. В создании автомобильного производства способствовало сотрудничество с Советским Союзом. Был провозглашен курс на производство «народного» автомобиля. В его разработке и технических разработках приняли советские инженеры и конструкторы. Создание собственной производственной базы должно было вывести китайскую промышленность на новый виток развития.

Под руководством правительства Китайской Народной Республики и при участии Советского Союза создается первый автомобильный завод в Чанчуне, на северо-востоке страны. В дальнейшем благодаря этому заводу в городе складывается огромный производственный комплекс автомобильной промышленности [22, с. 79].

Первые автомобили китайского производства были выпущены в 1956 г., под маркой «Цзефан» т.е. «Освобождение». Это были переработанные модели советского грузовика ЗИС-150. Благодаря советской технической поддержке удалось наладить производство малолитражного грузового автомобиля «Дунфэн», мощность которого составляла 70 л. с. Кроме того был собран 6-ти метровый лимузин представительского класса «Хунци» («Красное знамя»), мощность которого составляла 200 л. с. [20].

Кроме Чаньчунского автомобильного промышленного центра создается подобный комплекс и в Пекине. Производство первых автомобилей на столичном автомобильном заводе началось в 1958 г. Впоследствии, количество заводов возросло до десяти.

Для дальнейшего развития автомобильной промышленности необходимо было выходить на новые горизонты развития. Следовало создавать транспортную инфраструктуру, сеть автозаправок и технического обслуживания автомобилей. Несмотря на то, что автомобили в повседневной жизни китайцев, являлись роскошью, начало китайской автомобильной промышленности было заложено именно в первый период.

Второй этап развития китайской автомобильной промышленности ознаменовался ростом производственных мощностей, а так же накоплением опыта в данной отрасли. Если в середине 1950-х гг. численность выпускаемых в Китае автомобилей не превышала несколько десятков тысяч, то «по данным на 1973 г., производство составило 101 тыс. автомобилей» [17].

Строятся новые производственные центры автомобилестроения в Китае. Появляются автозаводы в Шанхае, Чунцине, Гуанчжоу. Происходит и их специализация. Так в Шанхае разворачивается производство автомобилей «такси», которые использовались во многих городах страны.

Почти все выпускаемые автомобили являлись коммерческими. Такой дисбаланс между легковыми и коммерческими автомобилями, прежде всего, был связан с потребностями государства [17]. Более острая необходимость была в коммерческих автомобилях, так как основные транспортные перевозки осуществлялись по автомобильным дорогам. Среди коммерческих автомобилей приоритетными являлись грузовики, использовавшиеся как для военных нужд, так и в различных отраслях экономики. Легковые автомобили по-прежнему являлись редкостью.

Для второго этапа развития автомобильной промышленности Китая характерно попытки обойтись на внутреннем рынке собственными производственными силами. Политика государства была направлена на минимизацию импорта автомобилей из других стран. Всего ввозилось 1,7 тыс. легковых автомобилей, большая часть которых поступала из Японии, а около 40 % из Великобритании. Количество коммерческих автомобилей не превышало 4,8 тыс. в год, подавляющее большинство которых производилась в Японии.

Продолжал оставаться и низким уровень автомобилизации населения: «по данным на 1974 г. составлял 0,8 автомобилей на одну тысячу человек, что ниже, чем в любой другой азиатской стране, включая Индию». Такой низкий процент автомобилей, прежде всего, объяснялся отставанием Китая в автомобилестроении по сравнению с другими странами региона, ощущалась острая нехватка специалистов в этой области. Кроме того, с конца 1950-х гг. было свернуто

межгосударственное сотрудничество с Советским Союзом, в том числе и в области автомобилестроения. Тем не менее развитие промышленной базы производства автомобилей продолжалось [17].

Немаловажной проблемой оставалась и структура производства. Так практически до конца второго периода в промышленности применялась система интегрального производства. Она использовалась, как для сборки самих автомобилей, так и при изготовлении комплектующих деталей и запасных частей. Контроль за деятельностью автомобильных заводов со стороны центрального правительства и местного руководства создавал конфронтацию и не способствовал улучшению производственного процесса. Поэтому в 1979 г. создается целая сеть «среднеинтегрированных» и «слабоинтегрированных» производителей [17].

С 1980-х гг. появляется новая тенденция в автомобильной промышленности Китая. Происходит постепенное объединение производителей. В связи с расширением рынка сбыта и появления новых моделей автомобилей, происходят производственные изменения. Поставщики комплектующих частей, заводы производители и оборонные предприятия создавали объединенные компании [17].

Таким образом, в середине 1980-х гг. формируется система «Большой Тройки, Малой Тройки и Мини-Двойки». Задачей данной системы было специализировать производства с помощью привлечения иностранных автомобильных транснациональных компаний. С одной стороны, низкие темпы роста производственных мощностей и отсутствие большого числа квалифицированных работников и инженеров требовали сотрудничества с мировыми производителями автомобилей. С другой стороны, мировые производители сами стремились попасть в Китай, зная огромный потенциал для насыщения китайского рынка своими автомобилями.

Таким образом, компании «*First Automotive Works Volkswagen*» и «*Dongfeng Citroen Motor*», которые находились под патронатом центрального аппарата правительства, а также компания «*Shanghai Volkswagen*» превратились в «Большую Тройку». Такие производители как «*Beijing Jeep*», «*Daihatsu*» и «*Guangzhou Peugeot*» составили «Малую Тройку». Эти производственные объединения

находились под покровительством провинциальных властей. В «Мини-Двойку» вошли компании «*Changan Suzuki*» и «*Guizhou Aviation Industry*», которые находились под непосредственным управлением Министерства авиакосмической промышленности [17]. Такое отраслевое деление позволило разграничить сферы производства отдельных моделей, а также обособить разные направления развития автомобильной промышленности. Кроме того, на китайский рынок постепенно проникают и иностранные инвесторы.

Третий этап ознаменовался значительными изменениями в государственной политики в автомобильной промышленности. Внедряется новый курс «Автомобильной Промышленной Политики» провозглашенной в 1994 г. Главной задачей проводимого курса являлось привлечение иностранного капитала в автомобильную промышленность. Иностранцев, прежде всего американских и европейских, не могли не заинтересовать перспективы открытия для себя китайского рынка. Эта политика позволила увеличить производство автомобилей. Так численность производимых в Китае автомобилей в 1993 г. превысил 1 млн автомобилей в год. В то же время продолжалось неравномерное распределении произведенных автомобилей. По-прежнему, больше производилось коммерческих автомобилей. Так из 1 млн произведенных автомобилей, легковые составляли только 150 тыс. штук. Нехватку легковых автомобилей компенсировалась импортом из других стран. Так в том же 1993 г. импорт «достиг нового максимума в количестве 300 тыс. шт.» [40].

В то же время третий период характеризуется ослаблением господства в автомобильной промышленности компаний «Большой Тройки, Малой Тройки и Мини-Двойки». Приход на внутренний рынок иностранных компаний привел к тому, что произошло перераспределение доминирования отдельных производителей. Так все иностранные автомобильные компании попытались организовать совместное производство с «*Shanghai Auto Industry*», в результате чего концерн «*General Motors*» инвестировал 1,2 млрд долл. в совместное предприятие. Другой мировой лидер компания «*Honda*» развернула совместное сотрудничество с «*Guangzhou Automotive Menifeksuring*». В 1999 г. проявила активность на китайском

рынке и компания «*Ford*», наладив совместное производство с компанией «*Changan*». Все это способствовало притоку иностранного капитала в автомобильную промышленность Китая, что привело к бурному росту производственных мощностей [40].

Третий период развития автомобильной промышленности Китая ознаменовался изменением государственной политики в этой отрасли. С одной стороны, Китай вышел из политики изоляционизма и опоры только на свои средства и возможности. С другой стороны, были открыты двери, для широких иностранных инвестиций [40].

Со вступления Китая в ВТО в 2001 г. начинается новый период развития автомобильной отрасли Китая. Не смотря на таможенные ограничения, китайский автопроизводитель только усилил свои позиции на внутреннем рынке. Кроме того, постепенно нарастает тенденция экспорта продукции в другие регионы, особенно, в те страны которые заинтересованы в малобюджетных автомобилях. Так «По причине низких цен, китайские автомобили могут составить серьезную конкуренцию исторически устоявшимся центрам мировой автомобильной промышленности, особенно в отношении продаж в странах с невысоким уровнем экономического развития» [40].

На современном этапе развития автомобилестроения в Китае происходит увеличение производства автомобилей, а также продолжающейся политикой привлечения инвестиций. Постоянно увеличивается внутренний рынок, что так же способствует увеличению оборотов производства: «Существующий в Китае спрос на транспортные средства, прежде всего, обусловлен ростом доходов на душу населения, а не численностью населения в стране».

Набирают производственные мощности сборочные совместные предприятия, которые существуют на базе крупных китайских автопредприятий. Так, в состав «Первой автомобильной компаний» Китая (*FAW*) входят автосборочные производства компании «*Volkswagen* и *Audi*», на базе китайского автоконцерна «*Lie Bao*» собирают «*Mitsubishi*», параллельно выводя на рынок все новые и новые китайские бренды [40].

Усиливаются роль Китая и на международном рынке. Если произведя в 1999 г. 2 млн автомобилей Китай занимал 9 место в мире, то произведя в 2005 г. 5,7 млн шт. Китай занял четвёртое место в мире по производству автомобилей [17].

В 2006 г. Китай выходит на третью позицию, объём производства составляет более 7 млн авто, из которых более 5 млн приходится именно на легковой транспорт. В 2008 г. Китай поднимается на второе место, уступая лишь Японии, и уже в следующем, 2009 г., становится лидером рынка. В 2009 г. общее количество произведённых ТС составляет почти 14 млн, легковые автомобили занимают в общей массе примерно три четверти. Производство автомобилей в 2021 г. представлены на таблице 2.

Таблица 2 – Производство автомобилей в 2021 г. (шт) [28]

Страна	Легковые ТС	Коммерческие ТС	Общее количество
По всему миру	67 149 196	24 637 665	91 786 861
Китай	21 360 193	4 360 472	25 720 665
США	2 512 780	8 367 239	10 880 019
Япония	8 328 756	1 355 542	9 684 298
Германия	4 661 328	0	4 661 328
Индия	3 623 335	892 682	4 516 017

Как показывает анализ таблицы в 2021 г. Китай по-прежнему занимал первое место, существенно опережая другие страны – он произвёл 28 % от общего количества автомобилей в мире и 32 % от легкового транспорта (в натуральном выражении). И это несмотря на то, что на протяжении последних двух лет там наблюдается спад производства.

Таким образом, четвертый этап характеризуется продолжающимся наращиванием автомобильных мощностей, а также созданием своих технологических новинок. Продвижение своих новинок, а не слепое копирование зарубежных образцов, способствует увеличению рынка сбыта. Достигнут значительный прогресс и в качестве сборки.

Рассмотрев историю развития автомобилестроения в Китайской Народной Республике можно отметить, что за последние 60 лет автопром прошел путь развития от первых автомобилей до 26 млн машин в год. Это позволило стать одной из самых передовых стран, среди производителей автомобилей.

2.2 Направления и механизмы повышения конкурентоспособности китайского автопрома

Для стратегии производителей автомобилей в КНР на современном этапе характерно оптимальная и успешная комбинация аутсорсинга из ведущих развитых стран с развитием собственного производства. Примечательно, что китайцы часто прибегают к копированию моделей автомобилей, наиболее успешно реализуемых на внутреннем рынке, а также способ продвижения собственной продукции на мировой рынок с постепенным переходом от заимствования лишь идеи автомобиля с последующей ее разработкой самостоятельно, но по более низкой цене. Исторически сложившаяся дешевизна трудовых ресурсов КНР, а также ориентация значительной части населения на массовые недорогие автомобили, обуславливают высокую рентабельность, однако низкую степень индивидуальности производства.

Стратегия автомобильной промышленности КНР предусматривает целый комплекс мер по поддержке отрасли в виде:

- государственного поощрения капиталовложений в экспортный ориентир производства;
- четкой политике локализации при создании новых сборочных производств.

В результате этой политики производители автомобилей в КНР постепенно наращивают свою конкурентоспособность по сравнению с иностранными продуцентами автомобилей. Позиции китайских производителей усиливаются благодаря их кооперации с ведущими автомобильными ТНК, которое как способствует существенному расширению модельного ряда, так и росту качества производимой продукции при сохранении невысоких цен [41, с. 25].

Рост производства автомобильной техники немало способствовал открытию еще одной страницы в истории китайской промышленности – экспорт автомобилей. Многие эксперты считали, что в стране со сравнительно низким уровнем автомобилизации и населением численностью 1,4 млрд чел., внутренний рынок долгое время будет единственным потребителем продукции местного автопрома, даже несмотря на высокий потенциал его дальнейшего развития. Однако покупательская способность не была оценена в полной мере – для многих граждан приобретение автомобиля оставалось затруднительным по причине низких доходов. В 2004 г. стали появляться признаки затоваривания – предложение стало превышать спрос, но производственные возможности промышленности позволяли наращивать объемы выпуска продукции. Решение было найдено в реализации мер, способствующих выходу китайских автопроизводителей на внешние рынки сбыта. Борясь за качество экспортируемой продукции, в 2007 г. правительством были введены новые требования к предприятиям, производящим автомобили, предназначенные для реализации за пределами страны. В перечень автомобильных заводов, которым было позволено осуществлять экспорт продукции, включены 160 предприятий, в основном это крупные компании, не связанные с зарубежными партнерами лицензионными ограничениями на экспорт [41, с. 26].

В последние годы, в целях дальнейшего развития многими автомобильными производителями КНР с учетом поддержки государства была принята стратегия экспортной ориентации, что обусловлено ростом первичной конкурентоспособности национального автомобилестроения. Экспортная ориентация на современном этапе развития автомобилестроения возможна только на основе копирования технологий ведущих автомобильных ТНК. Последнее позволяет наращивать качество, снижая затраты на разработку дизайна, компонентов и узлов. Более низкая итоговая цена по сравнению с дорогой продукцией производителей США, стран ЕС и Японии, способствует повышению конкурентоспособности КНР на мировом рынке, хотя бы в ограниченной его части. Уменьшение цен достигается на основе дешевизны рабочей силы, ресурсов, электроники местного производства. Сегодня индивидуализации продукции ведущих автомобильных корпораций мира

противопоставляется массовость производства китайских производителей. Автомобильные компании КНР ориентируются исключительно на национальный рынок и рынки некоторых стран Азии с низкой покупательной способностью, где цена является основным фактором при выборе продукции [41, с. 28].

Тем не менее, следует учитывать, что позиции китайских производителей автомобилей на рынках США и Европы пока остаются слабыми, поскольку там пользуется спросом известные бренды и совершенная продукция. В связи с этим, на данных рынках Китай может ориентироваться только на группы населения с низким уровнем дохода.

Пока же особенностью внешней торговли автомобилями в КНР является большое число экспортеров продукции, что обусловило за последние 20 лет снижение средней стоимости одного экспортируемого автомобиля с 16 до 9 тыс. долл. Новая система выравнивания цен на продукцию экспорта призвана противодействовать необоснованному снижению цен. Суть этой системы заключается в установлении индикативных цен, которые будут включать налоги на рекультивацию земель, социальное страхование и охрану окружающей среды.

Кроме этого, Правительство предусмотрело ряд санкций для компаний за незаконные действия в области ценообразования. Так, с 2007 г. в КНР была введена система, направленная на ограничение числа экспортеров автомобилей, а также утверждены восемь городов, которые являются национальными базами экспорта и производства автомобилей, где определены 160 производителей – национальных компаний, имеющих право на экспорт автомобилей и автомобильных компонентов. Для этих компаний устанавливается режим наибольшего благоприятствования внешнеэкономических связей [39]. Экспорт автомобилей будет осуществляться компаниями исключительно на основе экспортных лицензий, которые будут выдаваться компаниям, имеющим существенные объемы производства, реализации на внутреннем рынке и экспорта. Цель вновь введенной системы заключается в противостоянии углубляющейся конкуренции между компаниями КНР на внешних рынках. Департаментом машиностроительной промышленности КНР была

разработана новая политика поддержки экспорта автомобилей, суть основных положений которой следующая:

- формирование государственной базы исследований и разработок для компаний-экспортеров продукции автомобилестроения;
- увеличение размеров кредитования для роста и расширения экспорта;
- развитие системы страхования кредитов для экспорта;
- увеличение экспорта автомобилей китайских марок;
- осуществление стратегического альянса между транспортными компаниями и компаниями-экспортерами автомобилей;
- формирование механизма защиты прав на интеллектуальную собственность;
- укрепление связей между иностранными и национальными производителями автомобильных компонентов [39].

Важную роль для активизации экспорта продукции автомобилестроения сыграло преодоление технологической отсталости в КНР. Импорт соответствующего оборудования способствовал не только росту производства, но и повышению качества и расширению ассортимента продукции.

Курс на рост удельного веса экспорта автомобилей будет зависеть от дальнейшей стратегии привлечения иностранных инвестиций в данную отрасль [39].

Важную роль в КНР играет его участие в слияниях и поглощениях. На протяжении всей своей истории Китай участвовал в трансграничных сделках по слияниям и поглощениям, а также в стратегических альянсах.

На современном этапе развития сделок слияний и поглощений компаний в автомобильной промышленности технологические мотивы характерны для компаний из Китая и Индии. Примерами таких сделок являются продажа шведской компании *Volvo Car Corporation* в 2010 г. китайскому холдингу *Zhejiang Geely*, а также покупка индийской компанией *Tata Motors* в 2008 г. британской компании *Jaguar Land Rover*. Основные из этих сделок систематизированы в таблице 3.

Таблица – 3 История поглощения и слияния китайского автопрома [16]

Год	Тип сделки	Компании–участницы	Особенности сделки
1958 г.	Поглощение	(1) <i>Shanghai Powertrain Machinery Manufacturing Company</i> , (2) <i>Shanghai Internal Combustion Engine Components Company</i> и (3) <i>Shanghai Powertrain Equipment Company</i>	(1) поглощает (2) и (3)
1984 г.	Совместное предприятие	<i>SAIC, Volkswagen</i>	создание совместного предприятия на территории Китая под названием <i>Shanghai Volkswagen Automotive Company (SVAC)</i> , доли обеих компаний составляют по 50 %
1997 г.	Совместное предприятие		создание совместного предприятия <i>Shanghai General Motors Company Limited (Shanghai GM)</i> , доли в которой составили по 50 %.
1998 г.	Стратегический альянс	<i>General Motors, Suzuki</i>	создание на территории Китая стратегического альянса <i>Chongqing Chang'an Suzuki Automobile</i> .
2002 г.	Совместное предприятие	<i>Hyundai, Beijing Automotive Industry Holding</i>	
2005 г.	Поглощение	<i>Nanjing Automobile Corporation, MG Rover Group Ltd.</i>	<i>Nanjing Automobile Corporation</i> приобрела <i>MG Rover</i> за 53 млн фунтов стерлингов. Компания <i>SAIC</i> пыталась приобрести торговую марку <i>Rover</i> за 11 млн фунтов стерлингов у немецкой <i>BMW Group</i> , но торговая марка была продана <i>Ford</i> .
2007 г.	Слияние	<i>SAIC Motor, Nanjing Automobile Corporation</i>	<i>SAIC Motor</i> приобрела 50 % акций <i>Nanjing Auto</i> у компании <i>Fiat</i> .
2010 г.	Поглощение	<i>Zhejiang Geely, Volvo Car Corporation</i>	<i>Zhejiang Geely Holding Group</i> , приобрела <i>Volvo</i> у <i>Ford Motor</i> . Цена сделки составила 1,8 млрд долл.

Хорошо зарекомендовавшие себя заимствованные конструкторские решения, предлагаемые по невысокой цене, немало способствуют тому, что инвесторы и правительства отдельных стран, определяя путь развития или модернизации национальной экономики, делают выбор в пользу организации сборочных производств крупных китайских концернов или строительства автозаводов,

производящих автомобили по лицензии китайских компаний. Однако интенсивного увеличения количества таких предприятий в настоящее время не наблюдается, так как при выпуске автомобилей на территории других стран утрачивается их ценовое преимущество, достигаемое низкой себестоимостью, возможной только при производстве в Китае с его колоссальными трудовыми ресурсами. Поэтому строительство сборочных заводов должно быть или осуществлено политической волей руководства государства или обосновано экономически за счет меньших затрат на поставку комплектующих по сравнению с расходами на поставку облагаемой высокими пошлинами готовой продукции на внутренний рынок другой страны [39].

Таким образом, доступ к технологиям является основным мотивом активности компаний КНР в сделках по слияниям и поглощениям, поскольку эти компании стремятся сохранить свои прочные позиции на национальном рынке и увеличить свою долю на внешних рынках. Даже несмотря на серьезные финансовые возможности, это будут, как правило, небольшие по объемам сделки, сосредоточенные на конкретных технологических платформах, которые будут способствовать ускорению роста их производства.

2.3 Китайские производители на глобальном рынке автомобилестроения

За первые восемь месяцев 2021 г. Китай в общей сложности экспортировал 1,318 млн автомобилей, что на 117,5 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2020 г.. В январе – августе 2021 г. объем экспорта китайских автомобилей достиг 137,7 млрд юаней (21,34 млрд долл. США), прибавив 111,1 % в годовом выражении и превывсив объем экспорта автомобилей за весь 2020 г. Первую тройку экспортёров составили *SAIC Motor*, *Great Wall Motors* и *Geely Automobile*.

SAIC Motor Corporation – китайская государственная автомобилестроительная компания, крупнейшая в стране по производству автомобилей и их экспорту; на неё приходится четверть от продаж автомобилей в КНР. Крупнейшим акционером является *Shanghai Automotive Industry Corporation (Group)*, в свою очередь

полностью контролируемая шанхайским отделением Комитета по контролю и управлению государственным имуществом Китая (SASAC). На рисунке 7 изображен годовой рост производства легковых и коммерческих автомобилей SAIC по совместным предприятиям в 2021 г.

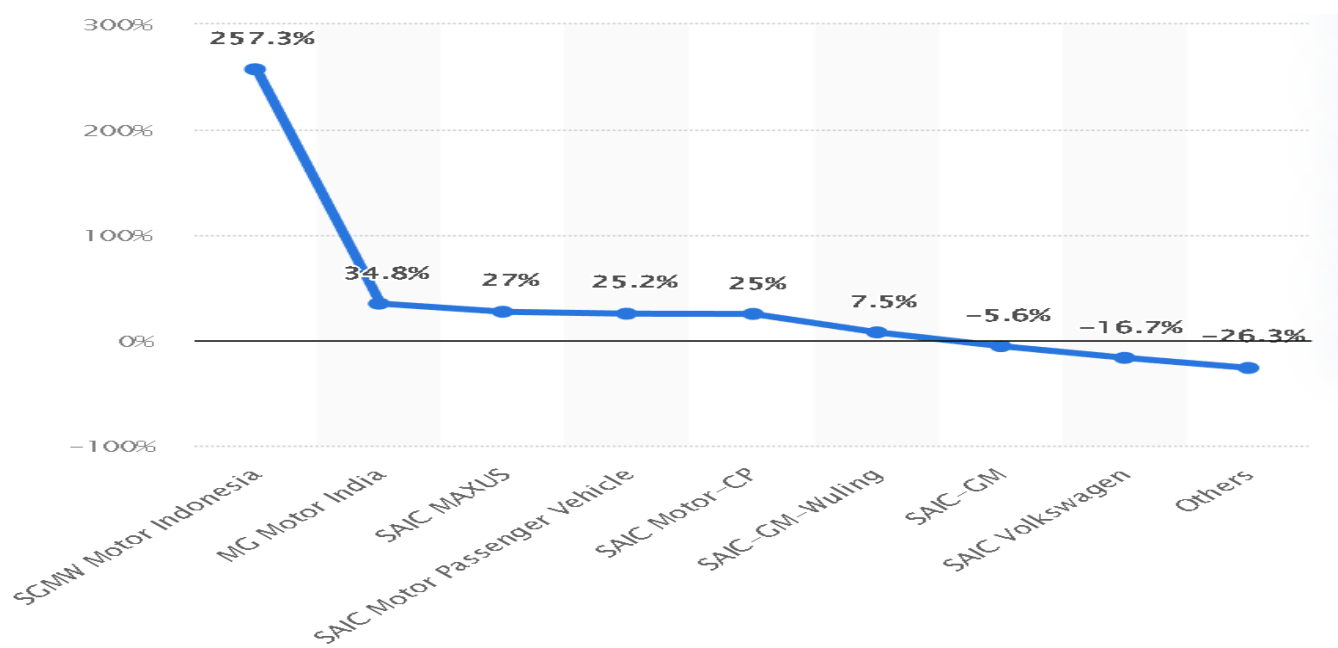


Рисунок 7 – Годовой рост производства легковых и коммерческих автомобилей SAIC по совместным предприятиям в 2021 г. [7]

Государственная корпорация *SAIC Motor* оказалась настоящим локомотивом китайского автопрома за границей. Всего экспортировано 670 тыс. автомобилей (рост относительно 2020 г. составил 78,9 %).

В списке крупнейших публичных компаний мира *Forbes Global 2000* за 2019 г. заняла 100-е место, в том числе 37-е по выручке, 130-е по чистой прибыли, 274-е по активам и 225-е по рыночной капитализации; из китайских компаний в этом списке занял 20-е место. На рисунке 6 изображен годовой рост производства легковых и коммерческих автомобилей SAIC по совместным предприятиям в 2021 г.

SAIC известен не только сугубо китайскими брендами, вроде Roewe, но и парочкой европейских – например, LDV (британский производитель коммерческих автомобилей) и легендарной британской марки MG [15].

Хотя нынешний облик SAIC (*Shanghai Automotive Industry Corporation*) обрёл лишь в 2011 г., корни концерна уходят в 1940-е. Фактически SAIC стоял у истоков автомобилизма Китая и имеет непосредственное отношение к *Shanghai*.

Сейчас SAIC является одним из лидеров китайского автопрома. Под его же началом выпускается самая продаваемая в Китае модель – *Wuling Hongguang*. Одноимённого бренда у концерна SAIC не существует, зато есть ряд других марок, которые неплохо зарекомендовали себя далеко за пределами КНР [15].

Great Wall Motors крупная китайская частная автомобилестроительная компания. В состав холдинга входят четыре предприятия по выпуску автомобилей и 20 дочерних компаний, выпускающих автомобильные компоненты. С 1998 г. *Great Wall* занимает первое место по объёмам продаж пикапов в Китае. Концерн входит в число 500 крупнейших предприятий Китая [13].

Годом основания компании считается 1984. Как и многие китайские автопроизводители, первое время компания выпускала грузовики, затем – не очень убедительные копии популярных японских моделей, пока к 1998 г. не нащупала собственный путь. Тогда же один за другим начали появляться новые внедорожники и пикапы – в том числе на базе других моделей [13].

Компания *Great Wall Motor* начала поставлять свою продукцию в Европу в сентябре 2006 г. В Италии и Испании начались продажи пикапов *Wingle* и внедорожников *Hover*. В мае 2007 г. начат экспорт автомобилей в Румынию (три модели – *Wingle*, *Hover* и лимузин *Hover Pi*), в октябре 2007 г. – в Молдову.

В настоящее время компания *Great Wall Motors* экспортирует свою продукцию в более чем 100 стран мира, из них – более чем в 80 странах создана своя дилерская сеть, насчитывающая более 800 дилеров в странах Европы, Южной Америки, Ближнего Востока, Азии, Африки. Начиная с 2006 г., Россия является главным импортёром *Great Wall* в мире.

В 2021 г. выручка *Great Wall Motor* (GWM), которому принадлежит представленный в России бренд *HAVAL*, составила 136,3 млрд юаней, что на 32 % больше, чем годом ранее. Чистая прибыль достигла 6,8 млрд юаней – по сравнению с предыдущим годом рост составил 26,5 % [13].

Всего по итогам 2021 г. концерн продал 1,28 млн новых автомобилей по всему миру, что на 15,2 % больше результатов 2020. Объем продаж шестой год подряд превышает 1 млн и достиг нового рекорда. При этом на иностранных рынках продано 143 000 автомобилей, что показывает рост на 103,7 % по сравнению с предыдущим годом и составляет 11,1 % от общего объема продаж.

Столь высокие результаты стали следствием успешного расширения портфеля брендов и модельного ряда, активного развития компании на мировом рынке и прорывных достижений в научно-исследовательской деятельности, позволившие внедрять передовые технологии.

Сегодня машины *Great Wall Motors* и сопутствующих марок концерна продаются во всём мире. Хотя бренд *Great Wall* был и остаётся ведущим внутри концерна, его модельный ряд не поражает разнообразием. В основном это внедорожники и пикапы [13].

Geely Automobile одна из крупнейших китайских автомобилестроительных компаний. Материнская компания – многопрофильная группа *Geely Holding Group*, созданная в 1986 г. К началу 2000 гг. компания *Geely* обрела такой успех, что ей стало тесно на родине и она начала возить свои машины на европейские выставки! В частности, на Женевский автосалон. В 2013 г. *Geely* занимала 19-е место среди лучших азиатских компаний, по версии *Forbes*, и 220-е место в 2019 г. в списке 500 крупнейших компаний мира «*Fortune Global 500*», по версии *Fortune*, и признана одним из «самых инновационных предприятий в Китае». *Geely* на 2013 г. выпускала более 30 моделей автомобилей под тремя торговыми марками (*Emgrand*, *Gleagle* и *Englon*). В 2019 г. капитализация компании составляла 8,4 млрд. В 2014 г. компания отказалась от использования суббрендов, при этом в ряде стран автомобили марки продолжали продаваться под разными брендами [14].

Управление денежными потоками группы *Geely Auto* оставалось стабильным в 2021 г.: чистый денежный поток достиг 20,8 млрд юаней, а общий денежный поток достиг рекордных 28 млрд юаней. Кроме того, компания планирует распределить дивиденды в размере 0,21 гонконгского доллара на акцию с коэффициентом

выплаты дивидендов 35,3 %, что на 5,8 процентных пункта больше, чем в предыдущем г.

В 2021 г., столкнувшись с проблемами пандемии, серьезно нарушившей цепочки поставок, и постоянными изменениями в отрасли, *Geely Auto* неуклонно реализовывала свою долгосрочную стратегию развития. В результате компания добилась комплексных улучшений в своем финансовом положении за счет увеличения денежного потока, внедрения успешных моделей электромобилей и систематического расширения бизнеса на ключевых зарубежных рынках [14]. В 2022 г. компания продолжит диверсифицировать свою модель получения прибыли, представив новые электрифицированные и экономичные автомобили, продолжая при этом использовать все возможные решения для устранения текущих глобальных сбоев в цепочке поставок [14].

Таким образом, китайское автомобилестроение с каждым днём наращивает обороты. В начале были машины которые могли привлечь покупателя только своей ценой, сейчас автомобили могут похвастаться хорошей отделкой, материалами, сборкой, современностью и т.д. Всё это может только показать, что исторически складывающаяся западно-европейская мода на авто уже столкнулась с сильным конкурентом.

2.4 Перспективы развития китайского автопрома на современном этапе

На современном этапе появилось множество вариантов для развития автомобильной промышленности Китая. В частности, произошло принципиальное изменение условий для социально-экономического развития Китая. Это выразилось в росте благосостояния большого населения страны, подстегнутое высокими темпами индустриального строительства, в результате чего резко возросла потребность в автомобилях. У КНР имеются следующие возможности для достижения большого объема производства:

- массовость получило развитие запчастей и комплектующих, ключевыми потребителями которых являются около ста отраслей;

– уже в 2007 г. производство комплектующих стало основной статьей экспорта, а прибыль от их вывоза превысила объем экспортной выручки по собранным автомобилям;

- появляются и развиваются новые двигатели для автомобилей;
- ключевое внимание сосредотачивается на выпуске электромобилей;
- интенсивно развивается производство собственных автомобильных брендов;
- *HuaChen, Geely, Chery, ChangAn, Lifan* [37].

В последние годы был принят ряд решений, свидетельствующих о привнесении в развитие автомобилестроения КНР элементов опыта таких стран, как США, Япония, Южная Корея, Германии. Особенностью использования зарубежного опыта является комплексный подход, базирующийся на использовании следующих сторон и подходов:

– интернационализация производства; в современных условиях автомобильные ТНК имеют свои производства по многим регионам и странам, что позволило им занять ведущее положение на национальных рынках стран-реципиентов и увеличить конкурентоспособность продукции за счет разницы в стоимости трудовых, энергетических ресурсов, курсовой разницы;

– тенденций к консолидации крупных ТНК, которая ведет не только к увеличению объема производства автомобилей, но и к взаимному трансферту технологий производства комплектующих и дистрибуции;

– индустриализация процессов производства, ведущая к росту производительности труда;

– высокий уровень научно-технического оснащения рабочих мест;

– ужесточение требований по охране окружающей среды к выпускаемой продукции;

– наличие широкой ассортимента продукции автомобилестроения в рамках одного бренда [37].

Основным катализатором развития автомобильной промышленности является рынок, а росту конкурентоспособности способствует развитие инновационных

технологий в автомобилестроении. На рисунке 8 представлены пять отраслей экономики Китая с наибольшими объемами инвестиций частных компаний и венчурных фондов в 2021 г.

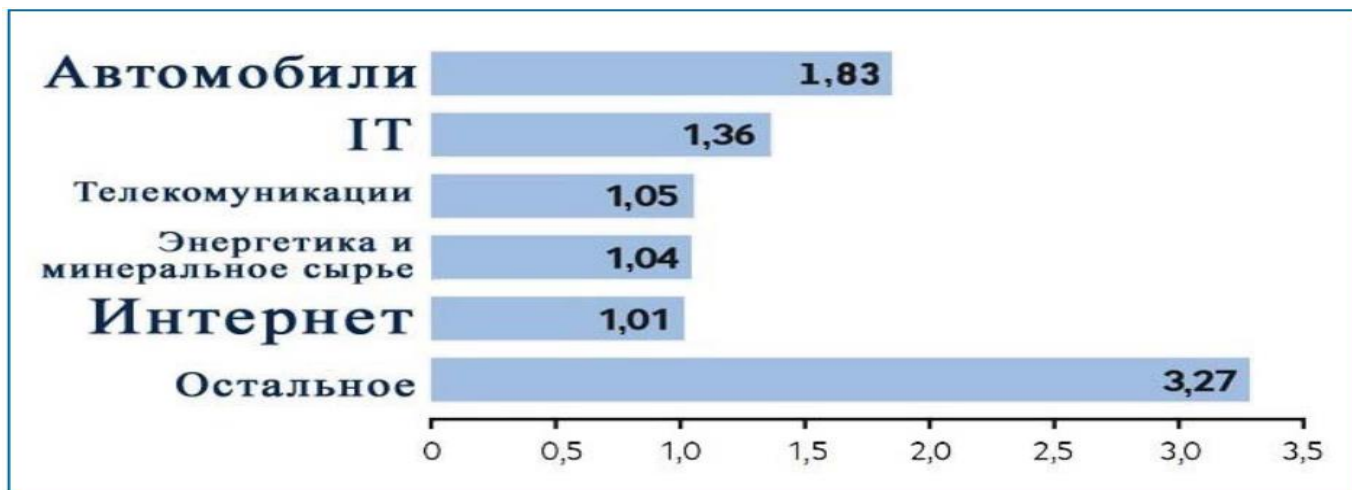


Рисунок 8 – Пять отраслей экономики Китая с наибольшими объемами инвестиций частных компаний и венчурных фондов в 2021 г. (млрд долл. США) [31]

Бурный хозяйственный рост Китая в течение последних 30 лет был обеспечен многократным увеличением потребления энергоресурсов и в первую очередь – нефти. Рост доходов населения страны катализировал рост объемов производства и продаж автомобилей, особенно в крупных городах. В условиях постоянного роста числа производимых в Китае автомобилей с двигателем внутреннего сгорания их парк будет постоянно увеличиваться. Столь быстрый прирост количества автомобилей приведёт к усилению зависимости КНР от импорта сырой нефти. Именно по этому одной из ведущих отраслей промышленности должно стать автомобилестроение, производственные мощности которого позволят обеспечивать выпуск инновационных автомобилей использующих альтернативные источники энергии (АИАИЭ) [21, с. 2]. На рисунке 9 изображена доля объёмов продаж АИАИЭ в общем объёме продаж автомобилей в Китае.

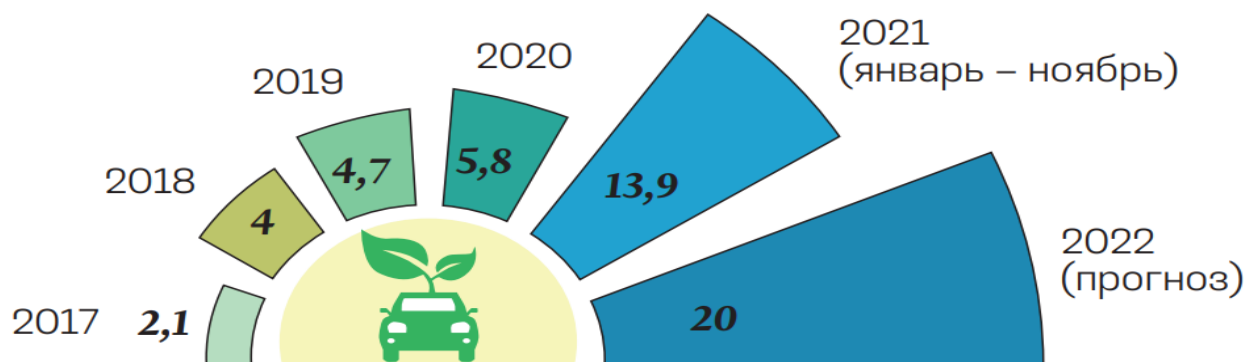


Рисунок 9 – Доля объёмов продаж АИАИЭ в общем объёме продаж автомобилей в Китае 2017–2022 гг. [10]

Сегодня руководство КНР признает, что эра автомобилей с двигателем внутреннего сгорания заканчивается. Рост объёмов и продаж продукции автомобильной промышленности обострил зависимость страны от импорта нефтепродуктов, но и усугубил экологическую ситуацию в мегаполисах КНР. Осознавая эти вызовы, правительство страны разработало программу развития автомобилестроения на основе энергосбережения и новой энергетики, направленную на создание инновационного транспортного парка и соответствующей инфраструктуры нового поколения [21, с. 5].

С конца 12-й пятилетки (2010–2015 гг.) в Китае стремительно развивается отрасль производства автомобилей, использующих альтернативные источники энергии (АИАИЭ или «зеленые» автомобили), обеспечиваемая как бюджетной поддержкой со стороны государства, так и системой льгот, включая освобождение от налога с продаж, государственное субсидирование при покупке инновационных автомобилей, использующих альтернативные источники энергии.

Китайское правительство активно призывает к разработке экологически чистых и экономичных автомобилей, ставя перед национальными автопроизводителями стратегическую задачу выхода на передовые позиции в мировом автопроме. На таблице 4 представлен топ–10 электромобилей по числу продаж на китайском рынке в 2021 г.

Таблица 4 – Топ–10 электромобилей по числу продаж в Китае в 2021 г. [36]

Место	Модель	Объём продаж
1	<i>Hongguang Mini EV</i>	395451
2	<i>BYD Qin EV</i>	187227
3	<i>Tesla Model 3</i>	150890
4	<i>BYD Han EV</i>	117323
5	<i>Chery eQ</i>	76897
6	<i>Chang Benben EV</i>	76381
7	<i>CAC Aion S</i>	73853
8	<i>Ora Black Cat</i>	63492
9	<i>XPeng P7</i>	60569
10	<i>Ora Cood Cat</i>	49900

Анализ таблицы показывает популярность электромобилей в Китае на сегодняшний день. Среди востребованных моделей машин можно увидеть *Tesla Model 3* созданная американской компанией *Tesla*, которая в своё время задала тренд на электрические автомобили, но даже несмотря на это китайский рынок выбрал своего производителя, что еще раз доказывает перспективу АИИЭ [27].

Целенаправленная государственная финансовая и экономическая политика в отношении производства АИИЭ позволила стране выйти в мировые лидеры в создании передовых технологий в «зеленом» автомобилестроении и гарантирует получение значительной доли мирового рынка продаж конкурентоспособных АИИЭ с высокой добавленной стоимостью [21, с. 6].

Рост объемов продаж «зеленых автомобилей» в КНР позволит также решить две глобальные проблемы, с которыми сталкивается современный Китай, а именно: значительно сократить зависимость страны от импорта углеводородов и кардинально решить проблему загрязнения воздушного пространства в крупнейших мегаполисах страны.

По мнению специалистов Китайской ассоциации автомобильных производителей, сельские жители и жители небольших городов в ближайшие 5–10 лет станут основными потребителями традиционных автомобилей с бензиновыми и

дизельными моторами, поддерживая тем самым развитие традиционного китайского автопрома. Однако, когда весь парк автомобилей с ДВС (а это более 350–400 млн единиц) через 15–20 лет будет заменен на АИАИЭ, это позволит Китаю сэкономить до 500 млрд л бензина и дизельного топлива, резко снизить зависимость страны от импорта углеводородного сырья и кардинально улучшить экологическую обстановку в крупных городах КНР.

Таким образом, цели руководства КНР на среднесрочную и долгосрочную перспективу по развитию АИАИЭ определяется положением современного Китая в мировой экономике, отличающимся высоким уровнем развития инноваций и конкурентоспособности. Этот уровень как на национальном, так и международных автомобильных рынках, является главным фактором и залогом эффективности китайских производителей автомобилей.

Заключение

Современные тенденции развития мировой автомобильной отрасли определяет текущая трансформация структуры мировой экономики в пользу высокотехнологичных производств, таких как автомобилестроение. Структура по странам мирового автопрома отражает усиливающуюся концентрацию производства автомобилей в Тихоокеанской Азии. Особенно ярко отмечается роль Китая как одного из ведущих производителей и потребителей продукции автопрома среди развивающихся стран.

В начале XXI в. за Китаем закрепилось название «мировой фабрики» промышленных изделий. Не стала исключением и автомобильная промышленность: начиная с 2010 г., Китай вышел на лидирующие позиции по производству автомобилей, в 2,3 раза превысив производство в США, в 3,1 раза – производство в Японии, в 4,7 раза – в Германии, в 6,7 раза – в Республике Корея. В качестве причины явного доминирования Китая по темпам роста автомобильной промышленности можно обозначить комплекс факторов, формирующих в целом разумную промышленную политику, которая направлена на стимулирование инвестиций транснациональных компаний в рамках мер административного и экономического регулирования, углублению их интеграции в национальный хозяйственный механизм страны.

К важнейшим факторам интернационализации автопрома Китая следует отнести расширение и углубление внешнего рынка, а именно: ввоз и вывоз прямых инвестиций, импорт технологий и продукции и экспорт готовой продукции. Интернационализация проложила китайским автомобилям дорогу в другие страны. Каждый из указанных факторов играет важную роль в текущем и перспективном развитии автомобильной промышленности как флагмана мирового машиностроения.

Бурное развитие производства автомобилей, использующих альтернативные источники энергии, не только генерирует значительный мультипликативный эффект в сопряженных отраслях промышленности, но и становится одним из важнейших

драйверов инновационного развития китайской промышленности. Опираясь на накопленный технологический и интеллектуальный потенциал в рамках совершенствования систем искусственного интеллекта для нового поколения «умных» автомобилей, передовые китайские производители АИИЭ генерируют инновационные разработки, которые становятся инструментом технологического развития и других отраслей народного хозяйства КНР в рамках цифровой экономики. Рост объемов производства и, как следствие, парка экологически чистых и энергосберегающих автомобилей решает и другие важнейшие социально-экономические задачи, требующие незамедлительного внимания.

Увеличение объемов производства инновационных электромобилей и гибридных автомобилей позволит Китаю повысить долю возобновляемых источников энергии в общем энергобалансе страны, существенно снизить свою зависимость от импорта нефтепродуктов, обеспечить завоевание значительной доли мирового рынка продаж АИИЭ с высокой добавленной стоимостью и решить одну из главнейших задач, поставленную руководством Китая, – резко сократить уровень антропогенного воздействия на окружающую среду и значительно улучшить экологическую обстановку в стране.

На основе проведенного исследования также можно сделать вывод о формировании трех основных тенденций развития автомобильной промышленности Китая в ближайшем будущем. Во-первых, Китай модернизирует свою промышленную базу и ребалансирует свою экономику от экспорта в сторону внутреннего потребления и услуг. Во-вторых, автомобильная промышленность Китая, ориентированная на собственные капиталовложения, быстро развивается, что оказывает влияние на структуру отрасли, динамику конкуренции и требования к организационным изменениям. В-третьих, новые автомобильные технологии и бизнес-модели создают как вызовы, так и возможности. Правительство Китая рассматривает электрификацию автомобилей и «интеллектуальную» автономию в качестве возможности новых прорывов автомобильных компаний

Список использованных источников

- 1 Автомобили из США. URL:<http://usaauto.ucoz.ru/http://caretro.ru/history/istoriya-kompanii-generalmotors.html> (дата обращения: 15.02.2022).
- 2 Баронина Ю. А. Современные производственные стратегии европейских автомобильных ТНК. М. : Мировая экономика, 2019. 256 с.
- 3 Баронина Ю. А. Современные стратегии европейских автомобильных транснациональных корпораций. М. : Мировая экономика, 2019. 225 с.
- 4 Воздействие пандемии COVID-19 на промышленность и экологию. URL: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid19-prom.pdf> (дата обращения: 07.03.2022).
- 5 Выбросы углекислых газов от транспорта по странам. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/%D0%9E%D0%BA%D1%80%D1%83%D0%B6%D0%B0%D1%8E%D1%89%D0%B0%D1%8F-%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0> (дата обращения: 07.03.2022).
- 6 Го С. Разработка автомобилей на новых источниках энергии выходит на новый стратегический уровень // Китайские дороги. 2017. № 5. С. 4–10.
- 7 Годовой рост производства легковых и коммерческих автомобилей SAIC по совместным предприятиям в 2021 г. URL: <https://www.saicmotor.com/english/> (дата обращения: 17.03.2022).
- 8 Динамика мирового ВВП и мирового производства автотранспортных средств. URL: <https://www.oica.net/categoryprodstatistic/productionstatistics/2021-statistics/> (дата обращения: 01.03.2022).
- 9 Догузов Г. Т. Анализ мирового рынка и производства легковых автомобилей в современных условиях // Московский экономический журнал. 2021. № 7. С. 379–387.
- 10 Доля объёмов продаж АИАИЭ в общем объёме продаж автомобилей в Китае 2017–2022 гг. URL: https://www.globaltimes.cn/page/202112/12_42911.shtml (дата обращения: 12.01.2022).
- 11 Епифанов В. В. История автомобилестроения. УлГТУ, 2019. 215 с.

- 12 Интересные и знаменательные даты из мира авто. URL: 365-cars.ru/istoria-avtomobilestroeniy.html (дата обращения: 11.02.2022).
- 13 История и современное состояние GWM. URL: <https://www.gwm-global.com/company/history.html> (дата обращения: 19.03.2022).
- 14 История компании GEELY. URL: https://geelycars.ru/about_company/geely-global/history_geely (дата обращения: 13.02.2022).
- 15 История корпорации SAIC. URL: https://www.saicmotor.com/english/company_profile/history_and_heritage/index.shtml (дата обращения: 22.02.2022).
- 16 История поглощения и слияния китайского автопрома. URL: <https://www.autostat.ru/articles/47460/> (дата обращения: 22.03.2022).
- 17 Канунников С. Н. Автомобильный Китай: от великого до смешного. URL: <https://www.z.ru/content/ot-velikog-do-smeshnogo/> (дата обращения: 21.02.2022).
- 18 Количество автомобилей в США с 1900 по 1960 гг. URL: <http://usa-history.ru/books/item/f00/s00/z00000011/st049.shtml> (дата обращения: 07.03.2022).
- 19 Коротков Э. М. Антикризисное управление. М. : Юрайт, 2021. 240 с.
- 20 Кочнев Е. Д. Знаменитые автомобили 1946–1970 гг. М. : Яуза : ЭКСМО, 2010. 208 с.
- 21 Ли С. В период до 2020 г, будет продолжаться процесс стремительного развития китайских автомобилей, использующих новые источники энергии // Чжунго гунлу. Китайские дороги. 2018. № 1. С. 2–6.
- 22 Мухаметшина А. М. Эволюция автомобильной промышленности в Китае // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015. № 11. С. 75–82.
- 23 Официальный сайт автомобильного концерна Adam Opel Aktiengesellschaft. URL: <http://www.opel.com>. (дата обращения: 04. 03. 2022).
- 24 Официальный сайт автомобильного концерна Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft. URL: <http://www.bmw.com>. (дата обращения: 27.01.2022).
- 25 Официальный сайт автомобильного концерна Daimler AG. URL: <http://www.daimler.com.de>. (дата обращения: 23.02.2022).
- 26 Официальный сайт автомобильного концерна Volkswagen URL: <http://www.volkswagen.com>. (дата обращения: 24.02.2022).

27 Продажи автомобилей на новых источниках энергии удвоились в октябре. URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/201711/11/content_50057743432113.htm; (дата обращения: 26.02.2022).

28 Производство автомобилей в 2021 г. URL: <https://auto.vercity.ru/statistics/production/2021/> (дата обращения: 20.01.2022).

29 Производство автотранспортных средств крупнейших мировых стран-производителей 2010 – 2020 гг. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/23248/> (дата обращения: 20.01.2022).

30 Производство легковых автомобилей с 2016 по 2020 г. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/> (дата обращения: 25.03.2022).

31 Пять отраслей экономики Китая с наибольшими объемами инвестиций частных компаний и венчурных фондов в 2021 г. URL: http://www.china-daily.com.cn/business/2017-11/09/content_34327992.htm. (дата обращения: 2.02.2022).

32 Рейтинг надёжности автопроизводителей 2021 г. URL: <https://www.consumerreports.org/?qery=car+rating+2021> (дата обращения: 14.02.2022).

33 Сазонов С. Л. Как автомобили из Китая завоевывают мир. И. : ФГБУН Институт Дальнего Востока, 2018. 280 с.

34 Статистика продаж автомобилей с гибридным двигателем. URL: <https://technology.snauka.ru/2013/07/2136> (дата обращения: 25.03.2022).

35 Тойота начинает продажи подставок для дезинфицирующих средств с ножным приводом «Shodoku Taishi». URL: <https://global.toyota/en/newsroom/corporate/34303083.html> (дата обращения: 10.02.2022).

36 Топ–10 электромобилей по числу продаж в Китае в 2021 г. URL: <http://www.chinadaily.com.cn/a/202201/18/11.html> (дата обращения: 20.01.2022).

37 У китайского автомобильного рынка отличный потенциал для развития. URL: http://ru-chinacar.blogspot.com/2008/04/blog-post_26.htmlМ. (дата обращения: 2.02.2022).

38 У Российских автопроизводителей нехватка электронных компонентов. URL: <https://www.autostat.ru/news/50805/> (дата обращения: 12.02.2022).

39 Ху Х. Особенности развития китайского автомобилестроения. URL: http://www.ccpit.org/Contents/Channel_2212/2008/0711/120010/2129884456content_120010.htm. (дата обращения: 19.03.2022).

40 Цзя С. Развитие автомобильной промышленности Китая за последние 30 лет. Пекин : Машиностроение, 2009. 205 с.

41 Чан Т. Стратегия формирования автомобильной промышленности в развивающихся странах // Известия МГТУ. 2014. №4. С 24–30.

42 Шанс китайского автомобилестроения – в экономическом кризисе. URL: <http://www.ccgpr.gov.cn/gvsh/jdjh/cgxb/753262.shtml>. (дата обращения: 15.02.2022).

43 Японские автомобили – история появления и развития. URL: blog-myscor.ru (дата обращения: 15.02.2022).