

УДК 656.078.8

***ПРОБЛЕМЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В
ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ АВТОМОБИЛЯМИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ***

Куделькин М.Д.

Вятский государственный университет

Киров, Россия

Аннотация

Индустрия торговли автомобилями является краеугольным камнем современной экономики, внося значительный вклад в мировой ВВП и занятость. Однако меняющиеся запросы потребителей, обострение глобальной конкуренции и стремительный технологический прогресс создают серьезные проблемы для ее конкурентоспособности. Чтобы процветать в этом динамичном ландшафте, заинтересованным сторонам необходимо совершенствовать экономические механизмы, стимулирующие рост, инновации и эффективность рынка. В статье рассмотрены проблемы, влияющие на конкурентоспособность отрасли, а также направления совершенствования экономических механизмов повышения конкурентоспособности отрасли торговли автомобилями

Ключевые слова: торговля автомобилями, конкуренция, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности

***PROBLEMS AFFECTING COMPETITIVENESS IN THE AUTOMOTIVE
TRADE AND WAYS TO SOLVE THEM***

Kudelkin M.D.

Vyatka State University

Kirov, Russia

Abstract

The car trade industry is the cornerstone of the modern economy, making a significant contribution to global GDP and employment. However, the changing demands of consumers, the intensification of global competition and rapid technological progress pose serious challenges to its competitiveness. To thrive in this dynamic landscape, stakeholders need to improve economic mechanisms that drive growth, innovation, and market efficiency. The article examines the problems affecting the competitiveness of the industry, as well as the directions for improving the economic mechanisms for increasing the competitiveness of the automotive trade industry.

Keywords: car trade, competition, competitiveness, increasing competitiveness

Экономические механизмы в отрасли торговли автомобилями - это политика, процессы и динамика рынка, которые влияют на производство, распределение и продажи. Эти механизмы включают в себя управление цепочками поставок, ценовые стратегии, торговую политику и рыночное регулирование. Оптимизация этих факторов имеет решающее значение для сохранения конкурентных преимуществ, особенно в отрасли, характеризующейся цикличностью спроса и глобальной взаимозависимостью.

Отрасль торговли автомобилями является очень конкурентной, что обусловлено большим количеством дилерских центров. Однако с 2022 года ситуация существенно осложнилась. На фоне роста продаж автомобилей во всем мире, в России наблюдается спад, обусловленный введением международных санкций, и уходом многих производителей из страны [4]. Все это привело к резкому росту цен на автомобили, как следствие, спрос сократился.

Сокращение спроса привело к обострению конкуренции на рынке торговли автомобилями, так как количество представленных брендов уменьшилось, что уравнило ассортимент большинства организаций. С точки

зрения использования ресурсов, конкурентоспособность организации можно представить как ее способность эффективно использовать свои ресурсы (финансовые, трудовые, материально-технические) по сравнению с конкурентами для достижения своих целей [1].

В отрасли торговли автомобилями можно выделить ряд проблем, которые оказывают непосредственное влияние на конкурентоспособность организаций. Они представлены на рисунке 1.

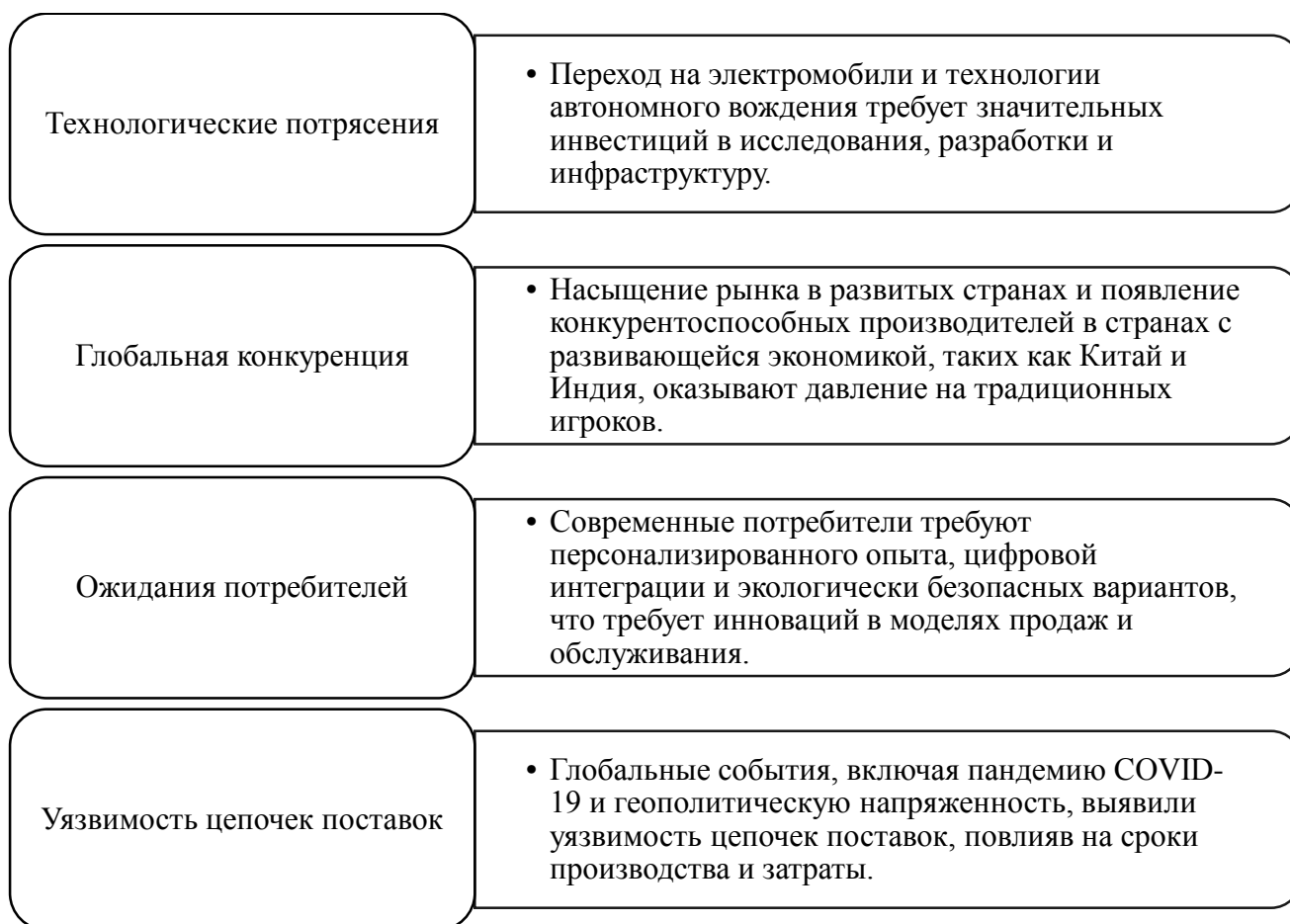


Рисунок 1 - Проблемы, влияющие на конкурентоспособность в отрасли торговли автомобилями

Источник: Составлено автором

Решение представленных проблем возможно за счет разработки эффективной стратегии с корректировкой текущих экономических механизмов. В настоящее время в отрасли торговли автомобилями предлагается сразу несколько стратегий, комплексное использование которых позволит

организации занять максимальную долю рынка и выгодно отличаться от конкурентов.

Первой и наиболее распространенной стратегией совершенствования экономических механизмов повышения конкурентоспособности является поощрение инноваций и инвестиций. Она заключается в следовании тренду «зеленой экономики» и устойчивого развития. То есть частные инвесторы, а также руководство страны или региона стимулируют инновации с помощью грантов и льготных кредитов. Также возможно льготное налогообложение. Большую роль в данном случае играет сотрудничество автопроизводителей, технологических компаний и исследовательских институтов. Все это позволит насытить рынок теми автомобилями, на которые в настоящее время наблюдается максимальный спрос. В мире это тренд на электромобили. В России он еще не достиг своего пика, однако, не следует его игнорировать.

Вторая стратегия заключается в усилении торговой политики. Следование данной стратегии требует повышения качества переговоров и заключение выгодных торговых соглашений, которые позволят снизить тарифы и стимулировать трансграничные продажи автомобилей. Следует отметить, что в настоящее время для России эта стратегия крайне сложна для реализации ввиду сильнейшего давления, вызванного международными санкциями. Поэтому данная стратегия является перспективной, но реализоваться она может лишь для отдельных производителей, преимущественно, азиатских. Кроме того, повышение утилизационного сбора не способствует улучшению доступности автомобилей для потребителей.

Одной из важнейших стратегий совершенствования экономических механизмов повышения конкурентоспособности является оптимизация ценообразования и вариантов финансирования. В этой сфере рекомендуется активно применять инструменты на основе искусственного интеллекта. Это позволяет анализировать большие объемы данных, а уже на основании полученных результатов моделировать динамическое ценообразование, которое

будет соответствовать рыночному спросу. Как следствие, это позволит повысить рентабельность организации на рынке торговли автомобилями.

Эта стратегия также подразумевает расширение возможностей финансирования за счет применения гибких тарифов и различных способов оплаты. Все это приведет к расширению клиентской базы.

Одной из проблемных ситуаций для российского автомобильного рынка в последние три года является поставка автомобилей. В связи с этим требуется укрепление цепочек поставок, что также осложнено международными санкциями. Диверсификация поставщиков и расширение региональных производственных возможностей позволяют снизить риски, связанные с глобальными сбоями [2].

Помимо обеспечения организации автомобилями на продажу важно совершенствовать каналы сбыта. Для этого необходимо развивать онлайн-платформы и виртуальные витрины. В 2020 году некоторые автомобильные дилеры начали продажу автомобилей на маркетплейсах, что выглядело достаточно смело и инновационно [3]. Также важно развивать такие инструменты как CRM-системы, так как они обеспечивают длительный срок жизни клиента, удерживая его на постпродажном обслуживании. Для многих организаций, работающих в сфере торговли автомобилями, большой проблемой является тот факт, что покупка автомобиля становится единственным визитом клиента в автосалон. Целью же данной стратегии является удержание клиента на максимальный срок за счет постпродажного обслуживания автомобиля.

Сотрудничество между правительствами, автопроизводителями и сопутствующими отраслями является жизненно важным для эффективной реализации этих стратегий. Политики должны согласовывать нормативные акты с целями отрасли, а производители и поставщики должны адаптироваться к меняющимся условиям с помощью инноваций и гибкости. Кроме того, вовлечение потребителей в усилия по обеспечению устойчивости и внедрению технологий способствует формированию общего видения прогресса отрасли.

Совершенствование экономических механизмов индустрии торговли автомобилями - это одновременно и вызов, и возможность. Принятие инноваций, оптимизация торговых и ценовых стратегий, а также создание устойчивых цепочек поставок позволят отрасли справиться с глобальными сложностями и повысить конкурентоспособность. Перспективный подход, сочетающий технологический прогресс с устойчивым развитием, гарантирует, что отрасль торговли автомобилями останется жизненно важным экономическим фактором на долгие годы.

Библиографический список:

1. Андреева А.Д. Влияние конкурентоспособности организации на ее экономическую безопасность / А.Д. Андреева // *Economy and Business: Theory and Practice*, vol. 3-1 (97), 2023
2. Смирнов Е.Н., Лукьянов С.А. Нестабильность международной торговли и подходы к оптимальному регулированию / Е.Н. Смирнов, С.А. Лукьянов // *Управленец*. 2021. Т. 12, № 5. С. 21—31.
3. Соснов Ф.Г., Пасько А.В. Онлайн-платформы в системе современной международной цифровой торговли / Ф.Г. Соснов, А.В. Пасько // *E-management*. 2020. № 2. С. 63—69.
4. Татаркин А.С. Анализ современных тенденций в международной торговле и торговой политике на примере автомобильной индустрии / А.С. Татаркин // *Аудиторские ведомости*. 2024. № 1. С. 210—219

Оригинальность 75%