

УДК 656.078.8

***СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ
АВТОМОБИЛЯМИ***

Куделькин М.Д.

Вятский государственный университет

Киров, Россия

Аннотация

В настоящее время отрасль торговли автомобилями в России переживает сложный этап. Это обусловлено уходом многих автопроизводителей из страны ввиду международных экономических санкций. Это повлекло резкий рост цен на автомобили, снижение их количества, которое было компенсировано приходом азиатских брендов. Как следствие, изменилась структура рынка, сократился спрос. Для выживания в новых условиях организациям крайне важно оптимизировать экономические механизмы повышения конкурентоспособности. В статье рассмотрены основные аспекты конкурентоспособности организаций в отрасли торговли автомобилями, а также направления совершенствования экономических механизмов повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: торговля автомобилями, экономические механизмы, конкуренция, конкурентоспособность

***IMPROVING THE ECONOMIC MECHANISMS FOR INCREASING THE
COMPETITIVENESS OF THE AUTOMOTIVE TRADE INDUSTRY***

Kudelkin M.D.

Vyatka State University

Kirov, Russia

Annotation

Currently, the car trade industry in Russia is going through a difficult stage. This is due to the withdrawal of many automakers from the country due to international economic sanctions. This led to a sharp increase in car prices and a decrease in their number, which was offset by the arrival of Asian brands. As a result, the market structure has changed and demand has decreased. To survive in the new conditions, it is extremely important for organizations to optimize economic mechanisms for increasing competitiveness. The article discusses the main aspects of the competitiveness of organizations in the automotive trade industry, as well as ways to improve economic mechanisms to increase competitiveness.

Keywords: car trade, economic mechanisms, competition, competitiveness

Конкурентоспособность организаций на автомобильном рынке определяется сочетанием внутренних и внешних факторов, которые оказывают влияние на его способность сохранять позиции на рынке и привлекать клиентов. Эти факторы условно можно разделить на внешние (макроэкономические и отраслевые) и внутренние (связанные с управлением, финансовыми и операционными аспектами) [2].

Говоря об оценке конкурентоспособности организаций на рынке торговли автомобилями, важно оценить непосредственно всю отрасль, что можно сделать с помощью SWOT-анализа. В рамках данного анализа описаны сильные и слабые стороны отрасли торговли автомобилями, а также приведены возможности и угрозы. Анализ представлен в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ отрасли торговли автомобилями в России

Сильные стороны	Слабые стороны
Большой внутренний рынок	Снижение доходов населения
Развитая дилерская сеть	Зависимость от импорта
Локальное производство	Непрозрачность вторичного рынка
Государственная поддержка	Технологическое отставание
Возможности	Угрозы
Развитие электромобилей	Экономическая нестабильность
Диверсификация услуг	Снижение доверия к иностранным брендам

Государственные программы локализации	Ужесточение экологических требований
Рост вторичного рынка	Конкуренция с альтернативными транспортными решениями

Источник: Составлено автором

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что, несмотря на большой внутренний рынок, обусловленный масштабами России, спрос на автомобили не имеет однозначной динамики. Развитая дилерская сеть не является гарантией высоких продаж, так как реализацию сильных сторон блокируют такие факторы, как снижение доходов населения и сильная зависимость от импорта.

Несмотря на наличие локальных производств, их качество все еще отстает от передовых европейских технологий, а также уступает по себестоимости китайским производителям. Кроме того, ужесточение экологических требований приводит к росту стоимости автомобилей, что, в свою очередь, ведет к снижению спроса на них [1].

Также следует отметить нарастающий тренд на использование электромобилей и альтернативных способов передвижения, таких как велосипеды и электросамокаты[4].

Все это побуждает сделать вывод, что на рынке торговли автомобилями решающее значение имеет спрос потребителей, именно он диктует организациям условия. Следовательно, при совершенствовании экономических механизмов повышения конкурентоспособности, важно опираться на желание потребителей, так как от них, в большей степени, являются влияющей силой на рынке.

Для совершенствования экономических механизмов повышения конкурентоспособности организаций в отрасли торговли автомобилями предлагается несколько стратегий, они представлены на рисунке 1.

Государственная поддержка и стимулирование отрасли	•Расширение программ льготного автокредитования, лизинга и утилизации для стимулирования продаж. •Углубление локализации производства через субсидии, налоговые льготы и поддержку разработки новых моделей. •Развитие зарядных станций для электромобилей и создание инновационных технопарков для производителей автокомпонентов.
Развитие цифровых технологий	•Создание единой цифровой экосистемы для покупки автомобилей, включая платформы для новых и подержанных машин. •Внедрение CRM-систем и искусственного интеллекта для анализа спроса и автоматизации взаимодействия с клиентами. •Использование блокчейна для прозрачности сделок и предотвращения мошенничества на вторичном рынке.
Инновации и экологизация	•Инвестиции в разработку и производство доступных электрических и гибридных автомобилей, адаптированных к российским условиям. •Введение стандартов по переработке и утилизации автомобилей, переход на использование экологически чистых материалов. •Внедрение систем автономного управления, «умных» сервисов и подключенных автомобилей.
Улучшение экономической эффективности и цепочек поставок	•Диверсификация поставщиков и увеличение доли отечественных компонентов. •Внедрение lean-подходов в управление производством и продажами. •Разработка гибких программ финансирования для клиентов с разным уровнем дохода.
Повышение прозрачности и доверия на вторичном рынке	•Сертификация автомобилей с пробегом для повышения доверия потребителей. •Развитие программ обмена автомобилей с использованием прозрачных механизмов оценки. •Создание общедоступных баз данных о пробеге, техническом состоянии и истории автомобиля.

Рисунок 1 – Совершенствование экономических механизмов повышения конкурентоспособности организаций в отрасли торговли автомобилями

Источник: Составлено автором

Для реализации представленных механизмов крайне важно наладить эффективное сотрудничество между государством, бизнесом и потребителями. При реализации предложенных мер ожидается снижение зависимости от импорта, в том числе и китайского за счет увеличения объемов продаж на

внутреннем рынке. Кроме того, ожидается укрепление конкурентоспособности российских производителей на международной арене. В текущих условиях это сложно выполняемая задача, но на перспективу необходимо работать в данном направлении [3].

Также это позволит сформировать устойчивую экосистему, которая будет способствовать развитию местного производства автомобилей.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что конкурентоспособность организаций на рынке торговли автомобилями в России в большей степени зависит от потребителей, именно они имеют решающее значение. Однако, в текущих условиях остро проявляется проблема нехватки иностранных производителей и недостаточное качество отечественных автомобилей. Все это вынуждает организации совершенствовать экономические механизмы, чтобы оставаться на высоких позициях на рынке.

Библиографический список:

1. Рудь Е.М. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования[Текст] / Е.М. Рудь // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. — 2021. — Т. 21. — № 1. — С. 18-22.
2. Шостко А.А. Методы повышения конкурентоспособности предприятия [Текст]/ А.А. Шостко // Вопросы устойчивого развития общества. — 2021. — № 10. — С. 68-72.
3. 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.
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 80%