

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Маркетинг»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

_____/_____
« ____ » _____ 2017 г.



ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н.,
профессор

_____/ И.Ю. Окольнішнікова/
« ____ » _____ 2017 г.

Оценка влияния внешней экономической политики на автомобильный рынок
РФ (на примере Оренбургской области)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 380302 2017. 200. ПЗ ВКР

Руководитель, к.т.н. доцент

_____/ Е.П.Третьякова /
« ____ » _____ 2017 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ -586

_____/ О.В. Вдовкина/
« ____ » _____ 2017 г.

Нормоконтролёр, к.п.н; доцент

_____/ Е.В. Ярушина /
« ____ » _____ 2017 г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Вдовкина О.В. Выпускная квалификационная работа «Оценка влияния внешней экономической политики на автомобильный рынок РФ (на примере Оренбургской области)» ЮУрГУ, ЭУ – 586, 69 стр. библиографический список - 75

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью прогноза состояния автомобильного рынка, как Оренбургской области, так и автомобильного рынка в целом.

В данной работе рассмотрены и проанализированы теоретические аспекты исследования мирового автомобильного рынка. Рассмотрена динамика производства автомобилей в мире и по отдельным регионам.

Во второй главе непосредственно рассматривается анализ автомобильного рынка РФ, его современное состояние, динамика продаж отечественных автомобилей и иномарок. Проведен анализ автомобильного рынка РФ в сравнении с 2015 годом. Была рассмотрена ценовая политика на автомобильном рынке. Так же во второй главе были рассмотрены факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в Оренбургской области.

В третьей главе дипломной работы представлен прогноз состояния и развития автомобильного рынка в Оренбургской области. Прогноз осуществлялся с целью составления прогнозной модели и ее характеристики. С помощью Верификации прогноза автор определяет состояние автомобильного рынка в Оренбургской области.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав с выводами, заключения и библиографического списка.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МИРОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА	8
1.1 Основные характеристики мирового автомобильного рынка.....	8
1.2 Характеристики автомобильного рынка отдельных регионов.....	16
1.3 Тенденции развития автомобильной отрасли	23
2 АНАЛИЗ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РФ.....	30
2.1 Современное состояние автомобильного рынка в РФ	30
2.2 Факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в Оренбургской области.....	42
3 ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ.....	49
3.1 Построение прогнозной модели	49
3.2 Составление прогнозов состояния автомобильного рынка.....	53
3.3 Верификация прогноза состояния автомобильного рынка Оренбургской области.....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	66

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что современный мировой автомобильный рынок существует в условиях избыточного предложения, насыщающегося спроса и сильнейшей конкуренции. Российская автомобильная промышленность в процессе интеграции в мировое хозяйство также испытывает все сложности современной ситуации и поставлена в жесткие рамки конкурентной борьбы, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы выступает автомобильный рынок Оренбургской области, а предметом – будущее состояние автомобильного рынка Оренбургской области, на краткосрочную перспективу, пути и способы достижения этого состояния.

Цель исследования – разработка программы достижения прогнозируемых состояний объекта.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи исследования:

- рассмотреть основные характеристики мирового автомобильного рынка;
- изучить характеристики автомобильного рынка отдельных регионов;
- исследовать тенденции развития автомобильной отрасли;
- провести анализ современного состояния автомобильного рынка в Российской Федерации;
- изучить факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в Оренбургской области;
- составить прогнозную модель состояния автомобильного рынка;
- осуществить прогноз состояния автомобильного рынка в Оренбургской области;
- провести верификацию прогноза состояния автомобильного рынка в Оренбургской области.

Теоретико-методологической основой исследования стали исследования зарубежных и российских авторов в сфере менеджмента, финансов и экономики.

Работа состоит из трех частей. Во введении данной работы отражены актуальность, цель, задачи.

В первой части выпускной квалификационной работы рассмотрены и проанализированы теоретические аспекты исследования мирового автомобильного рынка. Рассмотрена динамика производства автомобилей в мире и по отдельным регионам.

Во второй части непосредственно рассматривается анализ автомобильного рынка РФ, его современное состояние, динамика продаж отечественных автомобилей и иномарок. Проведен анализ автомобильного рынка РФ в сравнении с 2015 годом. Была рассмотрена ценовая политика на автомобильном рынке. Так же во второй главе были рассмотрены факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в Оренбургской области.

В третьей части работы представлен прогноз состояния и развития автомобильного рынка в Оренбургской области. Прогноз осуществлялся с целью составления прогнозной модели и ее характеристики.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МИРОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

1.1 Основные характеристики мирового автомобильного рынка

Автомобильная промышленность имеет огромное значение для европейской и мировой экономики, являясь одним из главных двигателей развития.

В среднем на сегодняшний день на 1 тыс. жителей приходится 140 автомобилей, т.е. 1 автомобиль примерно на семь человек, при том, что население планеты превысило уже 7 миллиардов человек. [27] Распределение в то же время неравномерно даже на крупных автомобильных рынках. К примеру, самое большое значение этот показатель имеют Соединенные Штаты Америки, где на 1 тысячу жителей приходится 799 транспортных средств. В ЕС лидером считается Италия, в которой на 1 тыс. жителей приходится 618 автомобилей, а наиболее низкий показатель в Африке, где на 1 тыс. человек менее десяти машин. [44]

Следовательно, в настоящее время во всех странах мира движется больше одного миллиарда автомобилей, в 2010 г. было впервые зафиксировано значение в 1 миллиард. [23]

Динамика производства автомобилей в мире отражена на рис. 1.1.

Как следует из рисунка, до середины 80-х годов, не считая 2-х периодов снижения производства, которые были вызваны энергетическими кризисами 1979, 1973 гг., можно наблюдать рост продаж. Относительная стагнация началась с середины 80-х годов, которая продолжилась довольно долго. Резкое повышение продаж наблюдается с середины 2000-х гг. Потом в 2009 г. существенно сократился объем продаж в результате мирового финансового кризиса, однако автомобильная промышленность после падения на 9,31 % быстро восстановилась, в 2010 году уже наблюдался рост на 22,38 процентов в сравнении с 2009 г.

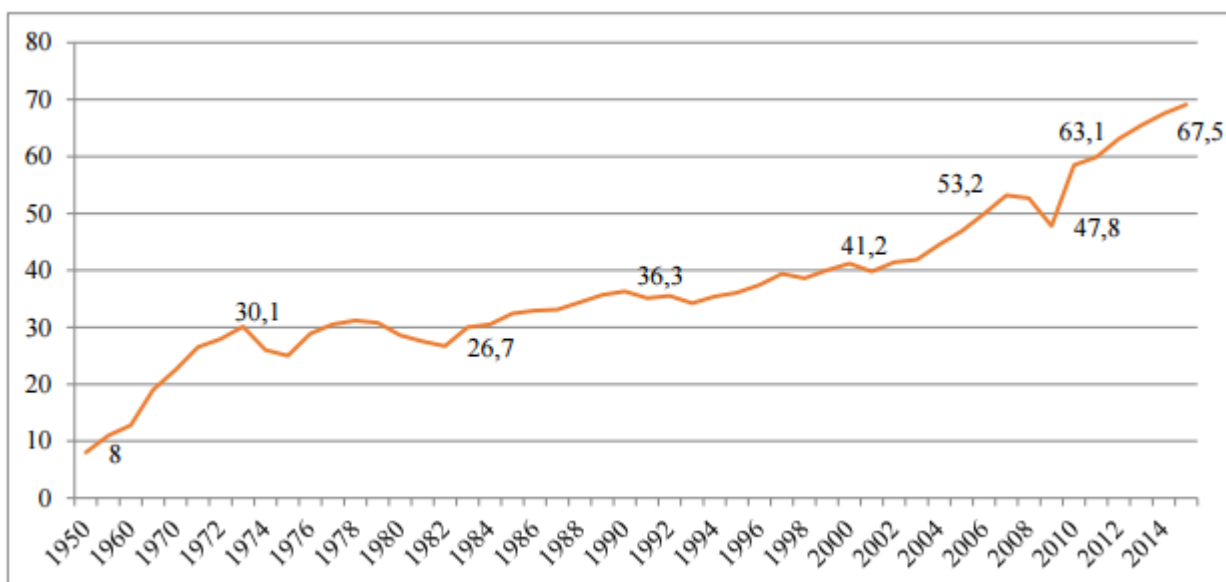


Рисунок. 1.1. - Динамика производства автомобилей в мире, млн.ед. [59]

Впервые в 2012 г. было введено 60 миллионов автомобилей, что считается абсолютным рекордом за историю отраслевого развития. С 2012 г производилось ежедневно более 165000 новых машин, а на сегодняшний день эта цифра близка к 190 000.

В 90-е годы были слабые темпы роста, которые обусловлены тем, что в странах базирования главных производителей автомобилей было перенасыщение рынка. К примеру, в Австралии, США и Западной Европе уже в 1993 г. было более 1 автомобиля на 3-х жителей. [24] Уже в 2005 г., по мнению экспертов, уровень перепроизводства автомобилей составлял 25 процентов. [15]

Повысившийся уровень конкуренции на локальных сбытовых рынках, насыщение рынка, замедление темпов роста продаж способствовало тому, что в середине 2000-х годов производители автомобилей обратили собственное внимание на развивающиеся рынки как на потенциал бизнес-развития. Но открытие производственных мощностей в новых локациях сокращает полезность существующих линий, что еще больше может усугубить проблему перепроизводства через время. Следовательно, повышение инвестиций на развивающихся рынках совместно с увеличением стоимости ресурсов для производства на фоне сокращения спроса усиливает

проблему перепроизводства.

Объем капиталовложений западными автомобильными компаниями в развивающиеся экономики, такие как, Китай, превышает соответствующий уровень региональных продаж, финансовый кризис 2008г. еще более усугубил данную ситуацию.

Динамика продаж и производства автомобилей в мире представлена на рисунке 1.2.

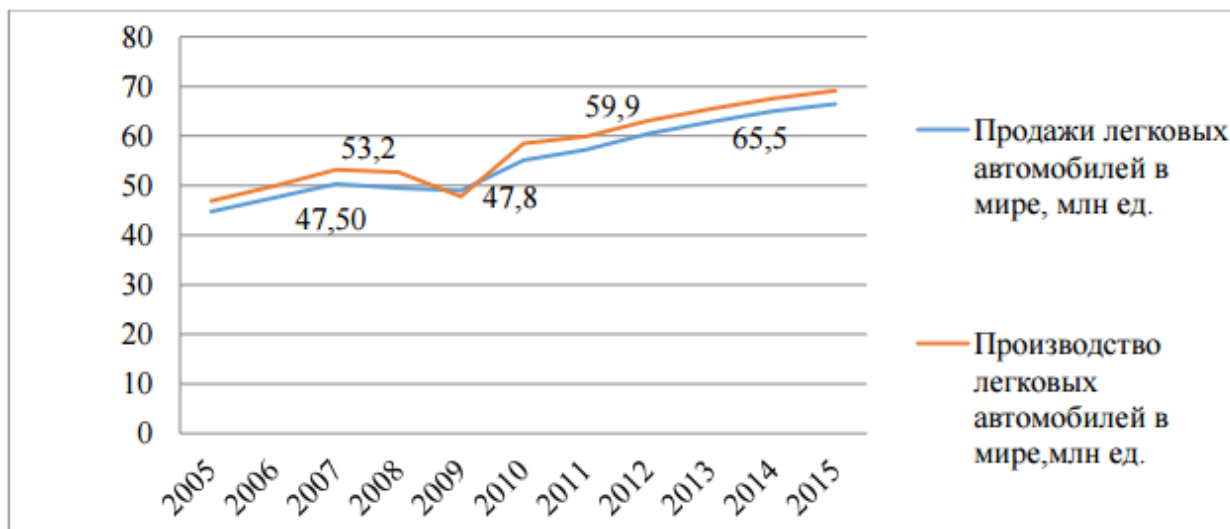


Рисунок 1.2. - Динамика продаж и производства автомобилей в мире, млн. ед.

[63]

На рисунке наглядно продемонстрирована проблема перепроизводства, которая уже довольно давно сформировалась: объемы производства превышают объемы потребления практически на 2-3 миллиона автомобилей ежегодно. Но в 2009 году в автомобильной промышленности, продажи превысили производство, и компании в последнее время пытаются более эффективно планировать производство собственной продукции и снижать разрыв между продажами и производством автомобилей.

Необходимо отметить, что в значительной степени продажи автомобилей находятся в зависимости от доступности финансирования для конечных клиентов. Примерно 60-80 процентов новых автомобилей покупаются с использованием заемного финансирования. [12] Помимо

обычных коммерческих банков, которые такие услуги предоставляются, есть также автомобильные банки, являющиеся ассоциированными компаниями с фирмами-производителями автомобилей. К примеру, Тойота Банк, ПСА Банк, БМВ Банк и др. Почти у всех крупных автомобильных производителей есть банк, сотрудничающий с ними и специализирующийся на предоставлении кредитов для покупки автомобиля этой компании. Сокращение уровня продаж в 2009 г. объясняется недавним финансовым кризисом и сокращением уровня ликвидности банков всех типов, что ограничивало использование кредитования для приобретения автомобиля.

Если проследить зависимость мировых объемов производства автомобилей от ряда макроэкономических показателей, то наблюдается весьма высокий уровень корреляции по некоторым из них. К примеру, автомобильное производство коррелирует с подушевым располагаемым доходом, ценой нефти, мировым ВВП с коэффициентом корреляции 88, 90 и 98 процентов, соответственно, что говорит о тесной положительной связи между параметрами.

На рисунке 1.3. представлена динамика основных макроэкономических показателей и производства легковых автомобилей.

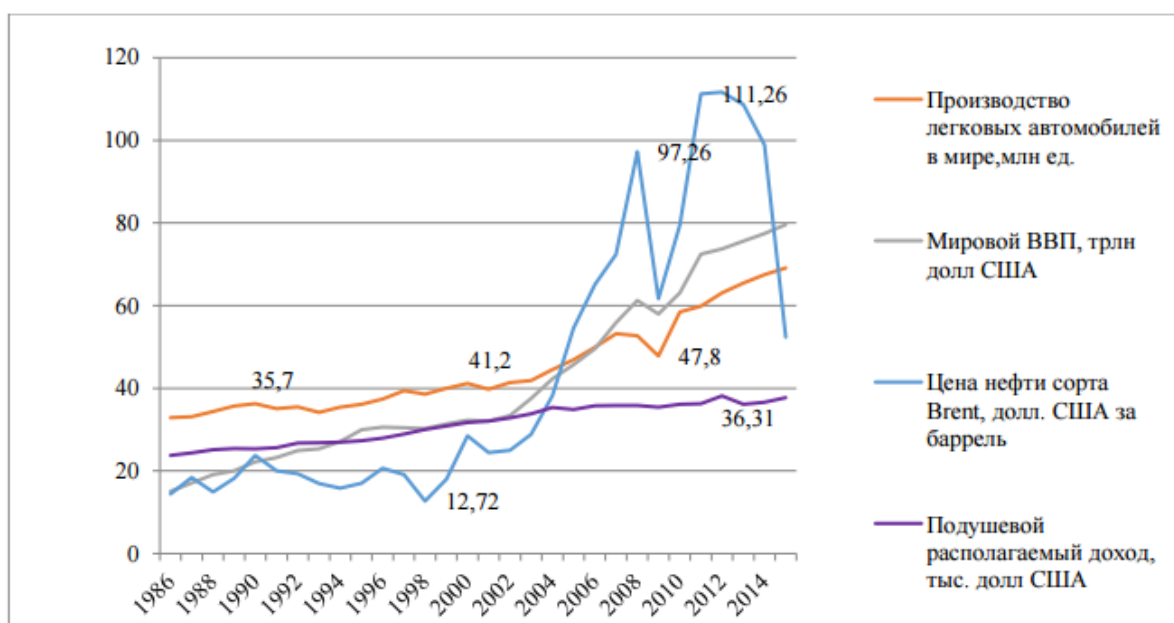


Рисунок 1.3. - Динамика основных макроэкономических показателей и производства легковых автомобилей [58]

В общем, объем автомобильного производства в мире за 1993-2015 гг. повысился на 102,12 процентов, т.е. больше, чем в 2 раза. В качестве одного из последствий финансового кризиса при этом наблюдалось снижение автомобильного производства в 2009г. на 9,3 %, но с 2010г. рост производства составил 22,38 % в сравнении с 2009 г. Это происходило в результате наращивания объемов выпуска в 3-х регионах: ЕС (8,3%), Япония (21,1%), США (24,4%). Необходимо отметить, что в 2009г. было существенное падение производства во всех регионах на 12,8, 30,9 и 41,9 процентов, соответственно. [2]

Что же касается стран БРИК, то так же и в них наблюдается повышение производства автомобилей в 2010-2012 годы, однако во многих из них значительного падения в 2009 г. не наблюдалось, кроме РФ, где сокращение производственных объемов достигло 59,2 %. [3]

Абсолютным лидером автомобильной промышленности в настоящее время является Китай, на регион которого приходится примерно 31 процент мирового выпуска за 2015г., т.е. практически каждый третий произведенный автомобиль.

Производство в Евросоюзе, несмотря на существующую долю в выпуске на сегодняшний день (24 %), в 2012г. ЕС потерял собственные лидерские позиции, если в 2001г. на ЕС приходилось 41 процент, то через 10 лет он составил 26 процентов.

В 2-х остальных регионах «Триады» такая же ситуация: в 1999г. в Соединенных Штатах Америки – 14%, и лишь 5 процентов в 2011 г., однако в 2012 г. США обогнала Индию по производству автомобилей, которая весьма уверенно ранее удерживала 5-ю позицию. А в 2013г. США обогнала Южную Корею и теперь занимает 4-ю строчку в рейтинг по объему производства с долей 6 процентов на 2015 год. Япония производила 22 процента всех автомобилей в 1997 году, а в 2015 году – лишь 11 процентов, но все же занимала уверенно 3-е место. Существенные изменения при этом в

абсолютном объеме производства в течение долгого периода претерпевал лишь Китай, наращивая постоянно производственные объемы. Остальные страны производят относительно постоянное число автомобилей, в результате чего и теряют собственную долю в объеме выпуска.

В остальных странах БРИК ситуация следующая: около 4-5 % приходится на Индию, 3-4 % приходится на Бразилию, а средний объем производства легковых автомобилей в РФ колеблется в районе 2-3 процентов от общемирового на протяжении долгого периода. [17] В 2015 году в то же время в сравнении с 2014 г. в России и Бразилии произошли существенные сокращения производственные объемы (на 28% и 13%, соответственно).

Необходимо отметить, что сейчас более половины автомобилей производится в Океании и Азии, а на США и ЕС приходится менее 1/3. На мировом рынке такая ситуация может быть объяснена тем, что в КНР потребление и выпуск автомобилей растет все большими темпами по причине повышающегося платежеспособного спроса и огромной емкости рынка. Что касается Индии, то многие производители автомобилей использовали ее для переноса мощностей производства автомобильных ТНК в результате того, что в этом регионе ниже затраты на производство.

Следовательно, конкуренция со стороны автомобилей, которые производятся в странах БРИК, все большими темпами растет.

Структура производства автомобилей по странам Евросоюза за 2014-2015 гг. представлена на рисунке 1.4.

Если изучать Евросоюз по главным странам-производителям, то можно наблюдать следующую ситуацию: на страны, где базируются наиболее крупные автомобильные корпорации (Италия, Франция, Германия) приходится почти половина всего выпуска автомобилей. Германия выступает лидером, она обеспечивает примерно 1/3 всего автомобильного производства Евросоюза.

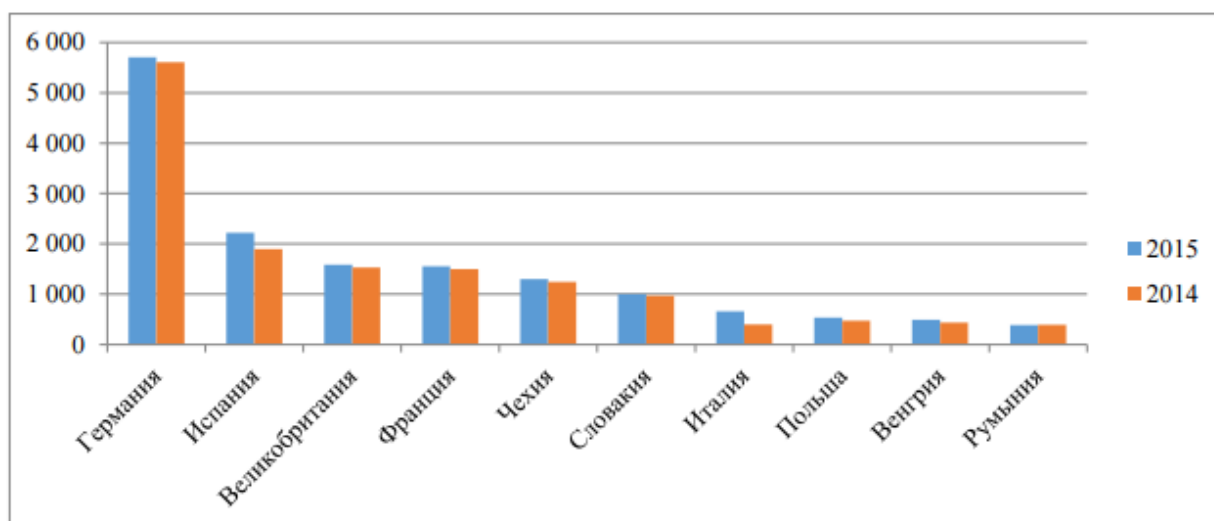


Рисунок 1.4. - Динамика производства автомобилей по странам Евросоюза за 2014-2015 гг. [60]

В таблице 1.1 представлены объемы продаж автомобилей на мировом рынке по регионам.

Таблица 1.1 - Объемы продаж автомобилей на мировом рынке по регионам [62]

Регион	Доля в общем объеме продаж, 2015 г., %	Объем продаж, 2015 г., тыс. руб.	Объем продаж, 2014 г., тыс. руб.	Изменение 2015/2014, %
Всего	100	66312	64976	2
Иран	2	1055	1107	-5
РФ	2	1284	2287	-44
Южная Корея	2	1534	1360	13
Бразилия	3	2123	2504	-15
Индия	5	3206	2571	25
Япония	6	4216	4700	-10
США	11	7573	7919	-4
ЕС	22	14300	13014	10
Китай	32	21146	19701	7
Прочее	6	3748	4062	-8

На КНР, США и ЕС приходится наибольшая доля продаж (больше 60 % в 2015 г.). Если, при этом, в ЕС и КНР вырос объем потребления, то в США он немного сократился.

Рассмотрим по отдельности рынки Евросоюза более подробно (рисунок 1.5).

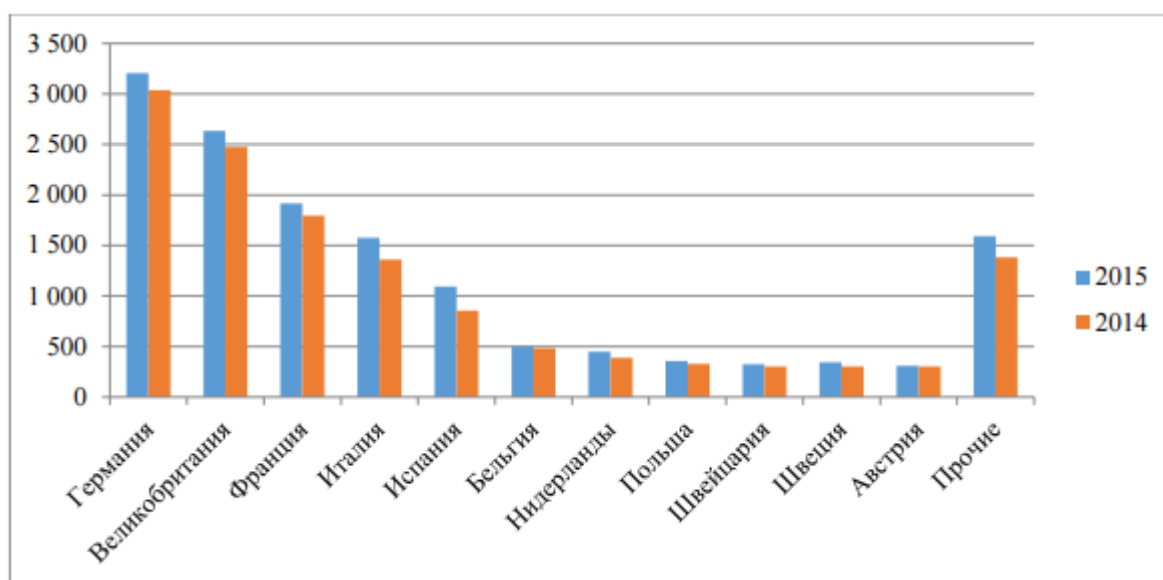


Рисунок 1.5. - Динамика продаж автомобилей по странам ЕС за 2014-2015гг.

[61]

Таким образом, в ЕС общее повышение объемов потребления произошло на 10 %, преимущественно за счет Испании, Италии и Германии. Наибольший спрос на автомобильную продукцию при этом предъявляют жители стран, в которых основываются головные компании автомобильных корпораций ЕС: Италия (1,6 миллионов), Франция (1,9 миллионов), Германия (3,2 миллиона), на них приходится практически 50 % всего спроса за 2015 год, помимо этого в Великобритании также на высоком уровне потребление автомобилей (2,6 миллиона).

Подробнее о региональных рынках и базирующихся там компаниях будет рассказано в следующем параграфе выпускной квалифицированной работы.

1.2 Характеристики автомобильного рынка отдельных регионов

Проведя анализ в целом ситуации на рынке, нужно обратиться к отдельным регионам, в которых сконцентрировано самое большое потребление и производство автомобильной промышленности.

Европейский автомобильный рынок.

На автомобильный сектор в ЕС приходится примерно 3 процентов всего ВВП [10], но, в настоящее время почти все головные компании наиболее крупных производителей автомобилей находятся в 4-х странах ЕС: Швеции, Италии, Франции и Германии.

Если в Германии концентрируются 3 концерна: BMW Group, Daimler AG и Volkswagen Group, а во Франции Группа «Рено» и Группа «Пежо-Ситроен», то в Италии лишь один – Группа Фиат. Также можно выделить компанию, которая располагается в Швеции – «Вольво», но, головная компания, которая расположена там, производит лишь автобусы и грузовые автомобили. Подразделение, которое выпускало легковые автомобили, было изначально продано компании США «Форд» в 1999 году, которая в свою очередь его перепродала китайской компании Zhejiang Geely Holding Group. [14]

Азиатский автомобильный рынок.

В данном регионе несколько стран, которые представляют интерес для рассмотрения в рамках автомобилестроения: Индия, Китай, Южная Корея, Япония.

Индия.

Автомобильный рынок Индии долгое время считался наиболее быстрорастущим рынком для продаж автомобилей в мире, принимая во внимание то, что население Индии более одного миллиарда человек, а все больше становится представителей среднего класса. Нужно отметить, что

экономические реформы и либерализация рынка в Индии начались позже, чем в КНР. Наиболее распространенными в этой стране являются автомобили из низшего ценового сегмента классов В и А, считающиеся не только недорогими, но и в отношении расхода топлива – эффективными. [5]

По состоянию на 2008г. всего в этой стране было более шестидесяти заводов по производству автомобилей, сосредоточенных преимущественно в районе 3-х городов: Пуна, Бангалор, Дели. Среди них встречаются как компании, которые принадлежат индийским компаниям: Bajaj Auto, Mahindra, Tata Motors и пр., так и те, инициатором открытия которых стали иностранные производители: Toyota Motors, Nissan Motor, Daimler, Honda Motor, Хендэ Мотор, Джeneral Моторс, Форд, ФКА, Рено, группа Фольксваген, группа BMW и пр. [11]

Следовательно, Индия всего за несколько лет превратилась в лидера по производству небольших автомобилей. Наиболее крупным экспортером из Индии считается компания Хендэ Мотор, которая ежегодно вывозит больше 250 тысяч автомобилей. Помимо этого, ведет себя активно на данном рынке в качестве экспортера и производителя на рынки ЕС Nissan Motor. [16]

Основными драйверами, как и в КНР, для роста автомобильного производства в Индии стали низкие издержки на производство и труд, изменения внутреннего законодательства, растущий спрос на местном рынке, которые сделали менее выгодным импорт продукцию, чем производство ее в данных регионах. [7]

Необходимо отметить, что в Индии производится огромное число комплектующих для автомобилей и объем данного сектора уже превысил 10 миллиардов долларов США. Кроме этого в регионе производится много сельскохозяйственной техники и грузовых автомобилей. [26]

Что касается местных корпораций автомобильного сектора, то за 2016 г. в рейтинге Форбс отмечены две компании: Махиндра и Махиндра и Тата Моторс.

Япония.

В этой стране много крупных автомобильных компаний, среди которых можно выделить: Фуджи Хэви Индастрис, Судзуки Мотор, Хонда Мотор, Ниссан Мотор, Митсубиси Мотор, Мазда Мотор, Тойота Мотор и Исузи Моторс.

Южная Корея.

В ходе проведения реформ 1970-х годов в Южной Корее, которые были ориентированы на развитие экспорта, получила собственное развитие автомобильная промышленность данной страны. В этой стране развивались как местные бренды: Дэу, Хендэ, KIA, так и основывали собственное производство такие компании, как Тойота Моторс, Форд, Дженерал Моторс. Но в результате того, что местное население отдает собственное предпочтение преимущественно локальным производителям, то иностранные бренды в большинстве своем выпускаются в стране для экспорта.

КНР.

В КНР рост автомобильного производства набирает все большие темпы. Данный процесс начался после вхождения КНР в ВТО в 2001 году. Если в 2006 году в стране производилось 4,1 миллиона единиц, то в настоящее время примерно 20 миллионов, что считается максимумом среди остальных стран мира. Объем потребления автомобилей при этом здесь самый большой в мире: в 2014 году было зарегистрировано 19,7 миллионов новых машин. [18]

Необходимо отметить, что на фоне роста автомобилизации в КНР, Правительство Китая выделяет существенные финансовые средства на формирование качественной инфраструктуры, что не свойственно многим развивающимся странам. В Китае протяженность дорог повысилась за последние годы весьма существенно: в начале 2000-х годов протяженность дорог составляла 1,7 миллионов километров, а в 2013 году – 4,4 миллиона километров. [9]

В стране в то же время всего 75 автомобилей на 1 тысячу жителей, в то время как в странах большой 7-ки данный показатель составляет около 500 автомобилей на 1 тыс. человек. [45] Следовательно, весьма велик потенциал рынка.

В регионе развитию автомобильного производства способствует то, что повышается спрос со стороны местного населения, доходы которого повышаются, а кредиты становятся более доступными и снижаются цены на машины. Следовательно, главным драйвером повышения продаж в стране считается рост численности населения, и рост доходов на душу населения.

Повышение производства достигается как за счет местных компаний, активное развитие которых наблюдается с 1990-х годов, так и с помощью повышающегося присутствия иностранных производителей в КНР. В Китае строят новые заводы концерны ЕС, на которых можно выпускать все модели определенной компании, так на двух заводах Китая группа Фольксваген выпускает около 12 моделей автомобилей. Помимо этого, здесь есть заводы таких компаний, как группа БМВ, Тойота Моторс, Дженерал Моторс, Ниссан Мотор, Хендэ Мотор и пр. В КНР в настоящее время больше ста автомобильных заводов, которые сосредоточены в районе 4-х городов: Чанчун, Гуанчжоу, Бейджинг, Шанхай. [6]

Китайские инвесторы, кроме того, проявляют значительную активность на рынке поглощений и слияний. Так, среди наиболее крупных: приобретение Жейянг Геели Холдинг Групп подразделения по выпуску автомобилей Вольво. [13] Главной целью покупки данной компании для компании КНР было не столько получение прав на известную марку, сколько приобретение новых технологий.

Но абсолютное большинство вывозимых из КНР машин, тем не менее, не является продукцией китайских компаний. Она, как правило, относится к южнокорейским, японским, американским и европейским компаниям, заводы которых расположены в КНР.

Что касается местных компаний по производству автомобилей, то их много: Бриллианс Чайна Авто, Грейт Волл Моторс, Саик Мотор, Чери Автомобайл, Геели Холдинг Групп, Жейянг и пр. Но, несмотря на это разнообразие компаний по производству автомобилей и их распространенность в КНР, за 2016 г. в рейтинг Форбс попала лишь Саик Мотор. Также среди крупных компаний Китая отмечена группа Донгфенг Мотор, но она специализируется на выпуске грузовых автомобилей.

Объемы продаж автомобилей в КНР по происхождению автопроизводителей представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Объемы продаж автомобилей в КНР по происхождению автопроизводителей [64]

Происхождение	Продажи 2014, тыс. ед.	Доля в объеме продаж, 2014, %	Продажи 2015, тыс. ед.	Доля в объеме продаж, 2015, %
Франция	727	4	729	3
Корея	1766	9	1679	8
Америка	2526	13	2596	12
Япония	3095	16	3364	16
Германия	3941	20	3998	19
КНР	7573	38	8738	41
Прочее	73	0	42	0
Всего	19701	100	21146	100

Из таблицы следует, что большинство населения Китая предпочитает в силу доступности китайские автомобили. Но доля иных производителей хоть и сократилась в 2015 г., все еще существенна, в сравнении с потребительскими предпочтениями в Японии, где весь рынок практически

поделен между местными производителями автомобилей. Так, на автомобильные компании Германии приходится примерно 20 процентов продаж, здесь абсолютное большинство принадлежит компании Фольксваген. Первое место среди японских автомобилей принадлежит Ниссан Мотор, за которой следует Хонда Мотор и Тойота Мотор, другие автомобильные компании Японии от этой тройки отстают весьма существенно. [8] На бренды иных стран приходится меньше 25 процентов всех продаж в Китае.

Китайские компании стремятся развить собственную деятельность за рубежом для получения новых технологий и знаний и диверсификации рисков. Необходимо отметить, что преимуществом компаний КНР считается низкая производственная стоимость, а недостатками является то, что их автомобили не отвечают высоким требованиям к экологической безопасности автомобилей, имеют невысокое качество технологической оснащённости, продукции, а также опыта управления. Названные факторы мешают активному продвижению на рынки Америки и Европы и главными целевыми рынками на сегодняшний день считаются страны Азии и Африки, в которых спрос со стороны населения не очень велик. Компаниям КНР нужно преодолеть отмеченные проблемы для осуществления планов по производственной интернализации, что может быть достигнуто с помощью привлечения руководителей с зарубежным опытом, повышения вложений в НИОКР, совершения сделок по поглощениям и слияниям, обучения персонала и пр. [22]

Американский автомобильный рынок.

В данном регионе необходимо обратить внимание на следующие страны: Бразилия, Мексика и США.

Долгое время в Соединенных Штатах Америки функционировало разное число производителей автомобилей, но, в начале 20 века, в процессе консолидации, в автомобильной отрасли определились 3 крупные компании по производству автомобилей: Крайслер, Форд, Дженерал Моторс.

Также весьма сильно развито автомобильное производство в Мексике. Число автомобилей, которое производится в этой стране, полностью удовлетворяет спрос местного населения и экспортируется из страны. Американские компании, такие, как Крайслер, Форд, Дженерал Моторс уже в 30-е годы начали в Мексику переносить собственные производственные мощности. Потом стали открывать заводы Ниссан и Фольксваген, а на сегодняшний день в Мексике собираются автомобили марок Хонда, БМВ, Тойота и пр.

В Мексике кроме сборки автомобилей изготавливаются определенные компоненты для машин и проводятся опытно-конструкторские и научно-исследовательские работы. Несмотря на то, что главная часть автомобилей, экспортируемых из Мексики, направлена на рынок США, от которого существование этой отрасли находится в зависимости в большей степени, около 160000 из 2-х миллионов автомобилей, ежегодно производимых в стране, экспортируется в Евросоюз. [41]

Также стоит подчеркнуть, что в Мексике преимущественно производятся автомобили массового потребления, в то время как в США в последние годы растет спрос на автомобили премиум-класса, что может оказать воздействие на объем продаж и выпуска страны.

Автомобильная отрасль также весьма развита в Бразилии, что произошло в результате инициатив местного правительства, которое поощряет экспорт из страны. Следовательно, иностранные автомобильные корпорации на уровне законодательства приглашались для создания производств на территории страны с последующим экспортом, им предоставлялись льготы на налоги, были установлены высокие таможенные пошлины (до 70 %). [28]

Среди компаний, которые открыли собственные заводы в Бразилии, такие мировые гиганты, как Фиат, Хендэ, Дженерал Моторс, Форд, Фольксваген и пр. Темпы роста автомобильного рынка за последние годы замедлились в результате высоких ставок налогов и существенных затрат на

труд.

В Бразилии, кроме иностранных производителей машин, есть и местная марка автомобилей – Обвио, которая на местном рынке весьма популярна и имеет цель проникновения на европейский рынок.

Необходимо отметить, что в Бразилии повышаются не только производственные объемы, но и потребительские объемы автомобильной продукции, что обусловлено ростом численности среднего класса.

Российский автомобильный рынок.

Потенциал российского автомобильного рынка был многими компаниями недооценен в течение долгого времени. Автомобильный рынок РФ вплоть до обвала курса рубля в конце 2014 года был одним из наиболее привлекательных и быстрорастущих для мировых автомобильных компаний. В 2010 году, согласно исследованию компании R.L.Polk, которая специализируется на оценке автомобильного рынка, РФ могла стать крупнейшим потребителем автомобилей в мире, но этого не случилось. Затем были прогнозы Center Automotive Research о том, что РФ станет самым большим сбытовым рынком автомобилей в Европе и 5-м в мире. [56] Но в 2014 году начался обвал национальной валюты, что привело к сокращению динамики продаж.

Что касается российских производств, то в России есть несколько заводов, на которых ведется автомобильное производство. Наиболее крупные из них: УАЗ, ГАЗ и АвтоВаз.

Более подробно современное состояние автомобильного рынка в РФ будет рассмотрено во второй главе выпускной квалифицированной работы.

1.3 Тенденции развития автомобильной отрасли

Наиболее крупные автомобильные корпорации разнообразных регионов мира в собственном развитии сталкиваются с некоторыми трудностями и проблемами, стратегическая направленность их развития при

этом в целом вписывается в конкретную характерную для отрасли закономерность с едиными ориентирами и чертами в постановке стратегических задач и целей. Далее более подробно рассмотрим главные тенденции на автомобильном рынке, которые в последние годы наиболее актуальны.

1) Проблема перепроизводства.

За период 2005-2016 годов объем производства автомобилей ежегодно несколько превышает объем потребления на 4-5 процентов, кроме 2009 года, в котором объем выпуска автомобилей снизился в сравнении с иными периодами в результате воздействия финансового кризиса на автомобильную отрасль. [19] Число используемых автомобилей в мире при этом, о чем уже упоминалось, еще в 2010 году превысило один миллиард автомобилей. Самая большая концентрация автомобилей приходится на развитые страны, именно поэтому в настоящее время для корпораций весьма интересны рынки развивающихся стран. К примеру, средний уровень использования машин в странах БРИК относительно невысок, но при этом увеличиваются располагаемые доходы населения. В РФ в настоящее время на тысячу человек приходится 284 автомобилей, а в Индии – 15 автомобилей, КНР – 75 автомобилей, Бразилии – 156 автомобилей. В ряде стран в то же время сегодня наблюдается обесценивание местной валюты и повышение процентных ставок, что приводит к ухудшению положения производителей автомобилей и сокращению спроса на данную продукцию.

Следующей тенденцией за последние годы считается то, что весьма активно осваиваются рынки региона Африки, который может превратиться в один из наиболее быстро развивающихся регионов в мире в автомобильной отрасли, так как все больше организаций там открывают собственные производственные мощности. В 2014 году, к примеру, ПСА Пежо-Ситроен запустил в Нигерии собственный первый завод. Но оценка структуры продаж свидетельствует о том, что примерно 1/3 всех автомобилей все еще реализуется в Соединенных Штатах Америки и ЕС. [20]

Автопарк Соединенных Штатов Америки при этом является по собственным размерам наиболее крупным: больше 251 миллионов автомобилей, затем идет Россия (45 миллионов автомобилей), Германия (47 миллионов автомобилей), Япония (76 миллионов автомобилей) и КНР (109 миллионов автомобилей). [46] Важно отметить, что РФ войти в пятерку стран по объему автопарка позволили не только высокие объемы продаж, которые в последние годы наблюдались, но и то, что сам автопарк обновляется медленно. К примеру, на автомобили старше десяти лет в 2014 году приходилось примерно 56,8 процентов всего автопарка, а на машины до пяти лет – 21,7 процентов. Средним возрастом автомобиля, эксплуатирующегося в РФ, считается двенадцать лет. [47] А в США средний возраст автомобиля в 2015 году почти догнал уровень РФ и составил 11,5 лет. Но темпы повышения настоящего показателя сократились, что говорит о постепенном восстановлении отрасли. Тенденция к редкой смене машин, прежде всего, говорит о повышении качества продукции. [31]

В ЕС ситуация несколько отличается: у них меньше средний возраст автомобиля, потому что европейцы более склонны к обмену собственных автомобилей на новые машины и у них есть такие возможности. Именно поэтому в таких странах, как Франция и Италия объем автопарка меньше, чем в России. [48] Вероятно, что по этому показателю мы скоро обгоним и Германию.

Автопроизводители пытаются приложить все усилия к тому, чтобы были потребители заинтересованы в замене старой машины на новую машину: внедряют новые технологии, улучшают экологические показатели, модернизируют дизайн и пр. Это все используется компаниями для повышения объема продаж.

2) Тренды в потребительских предпочтениях.

Потребительские предпочтения с течением времени претерпевают разнообразные изменения, к которым производители автомобилей пытаются подстроиться и стремятся их предугадать. К примеру, за последние годы

потребители стали еще более требовательны к техническому оснащению машин. Если на подобное оснащение общая стоимость в себестоимости машины составляла примерно двадцать процентов 10 лет назад, то в настоящее время на нее приходится примерно 35 процентов, и отчетливо прослеживается тенденция к росту данного показателя. Уже многие потребители не могут себе представить автомобиль без камеры заднего вида и парктроников (Парктроник – специальный датчик на корпусе автомобиля, информирующий водителя о нахождении объекта в поле зрения сенсоров датчика и при приближении объекта сигнализирующий об этом факте звуковыми сигналами с учащающейся частотой (прим. автора)). [53]

Новые технологии при этом, которые используются для оснащения машин, в течение нескольких месяцев устаревают, а время, которое нужно для запуска новейшей модели машины и налаживания ее производства составляет три – четыре года. [41]

Также интересен тот факт, что в настоящее время большое число потребителей готовы купить автомобиль через Internet, что заставляет дилеров и производителей уделять все больше внимания поддержанию и развитию собственных сайтов, а также подробному и оперативному предоставлению всей нужной для них информации.

Помимо этого, все больше потребители уделяют внимания безопасности и надежности автомобиля. Самыми надежными машинами согласно исследованиям «Немецкого союза технического контроля машин» считаются японские автомобили, которые работают без нареканий в среднем в течение 7 лет, в то время как многие европейские машины функционируют примерно 5 лет без нареканий. [4] Нужно подчеркнуть, что согласно рейтингу компании Warranty Direct, по надежности на первых местах находятся машины марок Митсубиси и Хонда, 3-е и 4-е место занимают марки США – Форд и Шевроле, на 5-м месте Mazda, а на 9-м месте расположилась еще одна модель японской компании – Тойота. [21]

Немаловажным дополнительным фактором для потребителей считаются затраты на ремонт и содержание машины, расход топлива. В данном контексте более привлекательными являются японские автомобили, так как операционные затраты на эксплуатацию этих автомобилей ниже, чем для американских и европейских машин. Следовательно, в частности, за счет надежности и экономичности собственной продукции, японские автомобильные компании смогли выйти в лидеры продаж и производства на мировом автомобильном рынке.

3) Охрана окружающей среды.

В свете развития альтернативных источников энергии стоит рассмотреть ситуацию с влиянием автопроизводства на окружающую среду. Многие страны и компании уже давно задумались над этим вопросом и предпринимают попытки по ограничению вредных выбросов в атмосферу. Например, в 1970 г. в США был принят «Акт о чистом воздухе», распространившийся и на автотранспорт. [25]

Что касается непосредственно компаний, то японская фирма Хонда еще в 1992 г. выпустила «Заявление по вопросам экологии», в котором определяла свой подход к данной проблеме. Фирма установила количественные показатели по объему допустимого выброса вредных веществ и достигла их к 2005 г. [52]

Последствия «дизельного скандала», связанного с компанией Фольксваген, занижающей показатели уровня вредных выхлопов, привели к тому, что фирма утратила лидерство в продажах в Европе, уступив свое место японской Тойота, активно развивающей гибридные и электрические технологии. Эта ситуация довольно сильно пошатнула имидж немецкого бренда в развитых странах и продажи марки начали резко снижаться на наиболее развитых рынках. В результате данного инцидента произошли изменения в топ-менеджменте компании. Кроме того, в качестве одного из последствий выявленных нарушений ТНК было необходимо заменить программное обеспечение на 11 млн авто по всему миру, а в ряде регионов

были остановлены продажи дизельных версий машин. [57] Этот процесс оказался весьма затратным и помешал компании осуществлять дальнейшие инвестиции в развитие новых технологий, чтобы вернуть себе лидерство. Более того, фирме пришлось обратиться за кредитом в 20 млрд евро и внедрить план снижения расходов, в ходе которого были сокращены комплектации и опции на автомобилях, внедрена экономия на логистике и т.п. Благодаря этим мерам компании не пришлось прибегнуть к продаже активов и удалось сохранить все бренды под своим руководством. В процессе ликвидации последствий Фольксваген выплатил порядка 10 млрд долл. США владельцам дизельных автомобилей, реализованных в 2009-15 гг. в США. Компания предложила выкупить автомобили по рыночной цене или провести сервисные работы, в случае приобретения в кредит, были также выплачены дополнительно 30% стоимости авто для компенсации процентов перед банками. Также 2,7 млрд долл. США необходимо внести в американский фонд компенсации экологического ущерба и еще 2 млрд долл. США потрачено на внедрение в производство «зеленых технологий» нулевого выхлопа. Таким образом, в США на компенсацию ущерба было потрачено более 15 млрд долл. США. [38] В Европе покупателям было предложены бесплатные сервисные работы для устранения неполадок. В то же время на азиатских рынках последствия «дизельного скандала» были не ощутимы, так в Китае продажи фирмы росли, а в России доля дизельных машин в продажах невелика и в действующие экологические нормы немецкий концерн вписывается с запасом. [37]

Выводы по разделу один

Проведя оценку автомобильного мирового рынка можно сделать следующие выводы, определяющие дальнейшее направление исследования.

Мировой глобальный рынок производства повышается, при этом главными лидерами остаются наиболее крупные транспортные компании из

развитых стран, Японии, Германии, США. В странах Евросоюза расположены 6 крупных автомобильных компаний, которые в общей сложности производят примерно 23 процента от всего выпуска автомобилей в мире, а наиболее крупными потребителями их продукции считаются страны их базирования и Англия.

Но, в последние годы самые большие темпы роста показывают производители из развивающихся стран, в том числе, Индии и Китая, продукция при этом направляется, как на зарубежные рынки, так и на локальные рынки. Абсолютное лидерство за ними также Евросоюза и Соединенных Штатов Америки в рейтинге наиболее крупных стран по выпуску легковых автомобилей пропустили вперед КНР в 2012 году, лидер с тех пор остается бесменным. Китайские марки автомобилей непосредственно не пользуются спросом на автомобильном рынке в результате собственной низкой конкурентоспособности, именно поэтому они реализуются в большинстве своем на локальном рынке. Производственный объем, который приходится на местные и иные бренды, выпускаемые в КНР, соотносится примерно 40 процентов к 60 процентам.

Автопроизводители, помимо того, ищут новейшие возможности для реализации собственной продукции и активно внедряются в африканский и азиатский регионы.

Наиболее крупные автомобильные корпорации разнообразных регионов мира в собственном развитии сталкиваются с некоторыми трудностями и проблемами, стратегическая направленность их развития при этом в целом вписывается в конкретную характерную для отрасли закономерность с едиными ориентирами и чертами в постановке стратегических задач и целей. Главными тенденциями на автомобильном рынке, которые в последние годы наиболее актуальны, считаются:

- 1) Проблема перепроизводства.
- 2) Тренды в потребительских предпочтениях.
- 3) Охрана окружающей среды.

2 АНАЛИЗ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РФ

2.1 Современное состояние автомобильного рынка в РФ

Последствия финансового экономического кризиса коснулись многих отраслей экономики, и автомобильный рынок РФ не стал исключением.

Динамика цен на автомобили в 2017 году в России мало утешительна, по мнению экспертов, к концу 2017 года объемы продаж транспортных услуг на рынке покажут низкие показатели.

Причиной стагнации этой отрасли, а также снижения спроса на автомобили стал высокий уровень девальвации – существенно обесценился рубль по отношению к мировой валюте, что сказалось отрицательно на покупательной способности населения РФ.

Проводя анализ автомобильного рынка, сначала нужно определить основные макроэкономические и внешнеэкономические факторы влияния на предложения на автомобильном рынке, потом определить факторы спроса, ценообразования, конкуренции и динамики продаж в 2017 году в РФ.

С учетом того, что больше 70 % предложений авторынка РФ обеспечивается автомобильными зарубежными компаниями, курс валют будет основным фактором ценовой политики исследуемой отрасли. [54 с. 343.]

По заявлениям Правительства Российской Федерации в 2017 году не будет девальвировать рубль больше, чем на 5-7 %, потому что на фондовом рынке ожидается рост нефтяных котировок. Таким образом, резкого скачка цен на автомобили, как это было в 2014-2015 гг. не будет, потому, что это может быть основной причиной полной стагнации в сфере продаж автомобилей, а также невыгодной ситуации для производителей. Однако, и сокращения цен на автомобили тоже не стоит ожидать. Динамика продаж на автомобильном рынке РФ представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. - Динамика продаж на автомобильном рынке РФ [66]

Премиальный сегмент	Динамика продаж: -7,4 % Объем продаж: 126729 шт.	Доля рынка (10,4 %)	Массовый сегмент	Динамика продаж: -13,1 % Объем продаж: 1093012 шт.	Доля рынка (89,6 %)
Acura	163	- 75,7	SsangYong	1139	- 76,9
Honda	1438	- 69,0	Geely	4222	- 58,7
Citroen	3515	- 31,3	Daewoo	8574	- 54,3
Volvo	4937	- 27,5	Mitsubishi	15496	- 53,2
Mazda	19249	- 23,6	Datsun	15938	- 45,5
Land Rover	8337	- 20,2	Fiat	1935	- 43,7
Infiniti	4092	- 18,4	Peugeot	3264	- 37,4
Audi	19059	- 18,2	Suzuki	4201	- 27,8
Mercedes-Benz	34230	- 11,8	Nissan	63552	- 23,296
Porsche	4304	- 10,9	Subaru	5051	- 19,096
VW	66632	- 5,4	Hyundai	131207	- 11,7
Toyota	84151	- 3,2	KIA	136374	- 8,0
MINI	1231	- 1,9	Renault	103465	- 4,6
BMW	25169	- 0,7	Lada	238666	- 2,8
Lexus	21608	+ 19,8	Cheri	4469	- 2,4
Cadillac	1121	+ 20,0	Skoda	50370	- 0,1
Smart	552	+ 25,2	УАЗ	42936	+ 1,2
Jaguar	1794	+ 99,3	Ford	38362	+ 12,6
Alfa Romeo	100	+ 156,4	Lifan	15640	+ 24,3
			Chevrolet	27228	- 43,7

Данные таблицы свидетельствуют о том, что автомобильный рынок России в 2016 году снизился на 13,1 процент в массовом сегменте и в премиальном сегменте на 7,4 процента. В данных сегментах продажи за 2016 г. составили 1093,0 тыс. и 126,7 тыс. автомобилей. Из-за высокой стоимости

мы искусственно перенесли автомобили Honda, Citroen, Mazda, VW и Toyota в премиальный сегмент. Как следствие, из выше представленного на долю массового сегмента рынка приходится 89,6 процентов продаж, а на сегмент премиум-класса – 10,4 процента.

Три марки автомобилей из массового сегмента, по оценкам экспертов, в 2016 г. демонстрировали повышение объемов продаж: российский УАЗ (+1,2 процента), американский Форд (+12,6 процентов) и китайский Лифан (+24,3 процента). По остальным автомобилям наблюдается сокращение объемов продаж автомобилей, при этом у 14 их них динамика оказалась хуже, чем в среднем по данному сегменту. [68]

Положительную динамику в премиум-сегменте имели: Лексус (+19,8 процентов), Кадиллак (+ 20 процентов), Ягуар (+99,3 процента), Смарт (+25,2 процента), Альфа Ромео (+156,4 процента). А сокращение рыночной динамики продаж отмечено у 9 марок автомобилей, при этом хуже средних по сегменту находятся 7 автомобильных марок. Наиболее существенные потери по продажам несет Асига, которая имеет падение в 75,7 процентов, в России ее продажи временно приостановлены. [67]

Нужно также отметить, что сокращение объемов продаж Вольво в 2016 г. превысило 25 процентов в сравнении с аналогичными показателями предыдущего года.

В рейтинг аналитики не включили продажи автомобилей марок Genesis (в премиальном сегменте) и Ravon (в массовом сегменте), потому что они находятся на автомобильном рынке РФ менее 1 года. Однако, собственный вклад в объем продаж на автомобильном рынке Российской Федерации в 2016 г. они внесли: первой марки было реализовано 32 штуки, а второй – 1176 штук. [32]

Структура автомобильного рынка РФ в 2016 году в сравнении с 2015 годом представлена на рисунке 2.1.

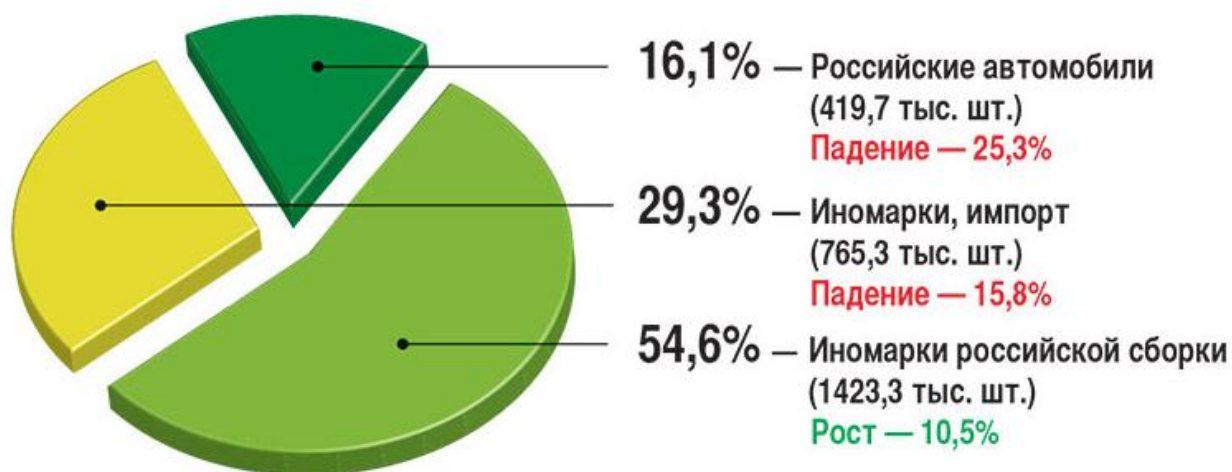


Рисунок 2.1. - Структура автомобильного рынка РФ в 2016 году в сравнении с 2015 г. [69]

Таким образом, из рисунка следует, что очевидным преимуществом на автомобильном рынке РФ обладают иномарки российской сборки, за 2016 год их было продано 1423,3 тысячи штук. Импортные иномарки занимают 29,3 %, что ниже показателей 2015 года на 15,8 %. Спрос на российские автомобили в 2016 году также сократился на 25,3 %, их было продано 419,7 тысяч штук.

Структура автомобильного рынка РФ по концернам представлена на рисунке 2.2.

Как следует из рисунка, наиболее популярным концерном по продаже автомобилей считается Renault-Nissan-АвтоВАЗ, доля продаж которого составляет 31,0 %. На втором месте по продажам стоит концерн Hyundai-Kia, доля которого – 14,5 %. Доля продаж концерна General Motors составляет 12,2 %, Volkswagen – 11.1 %.

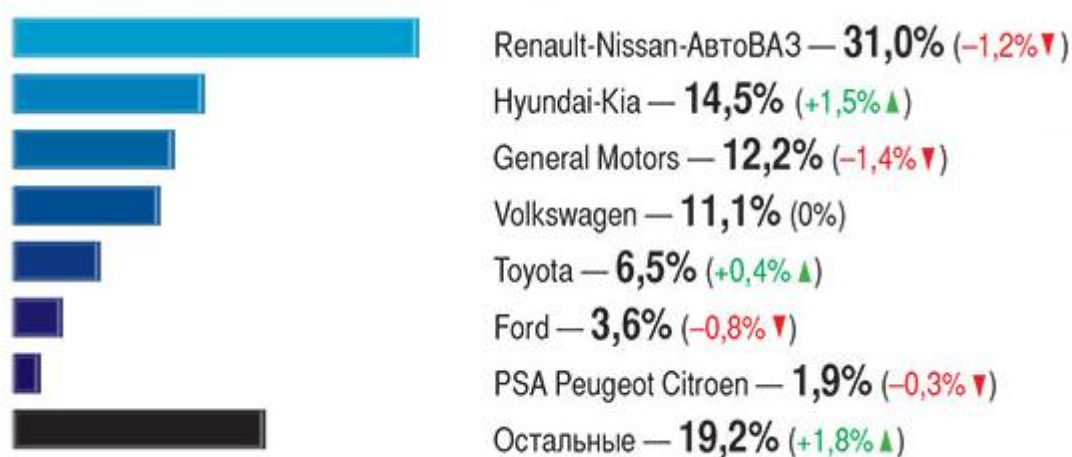


Рисунок 2.2.- Структура автомобильного рынка РФ по концернам за 2016 г.
[70]

Структура рынка по ценовым диапазонам представлена на рисунке 2.3.



Рисунок 2.3. Структура автомобильного рынка РФ по ценовым диапазонам за 2016 год [71]

Таким образом, в ценовом сегменте более предпочтительны автомобили от 500 тыс. до 1 миллиона рублей – 43,8 %, автомобили, стоимость которых до 500 тысяч рублей – 29,9 %, а также автомобили, стоимость которых от 1 до 2 миллионов рублей – 21,0 %.

Далее проведем анализ автомобильного рынка в Оренбургской области.

Динамика объема рынка автомобилей в Оренбургской области по типам автомобилей представлена на рисунке 2.4.

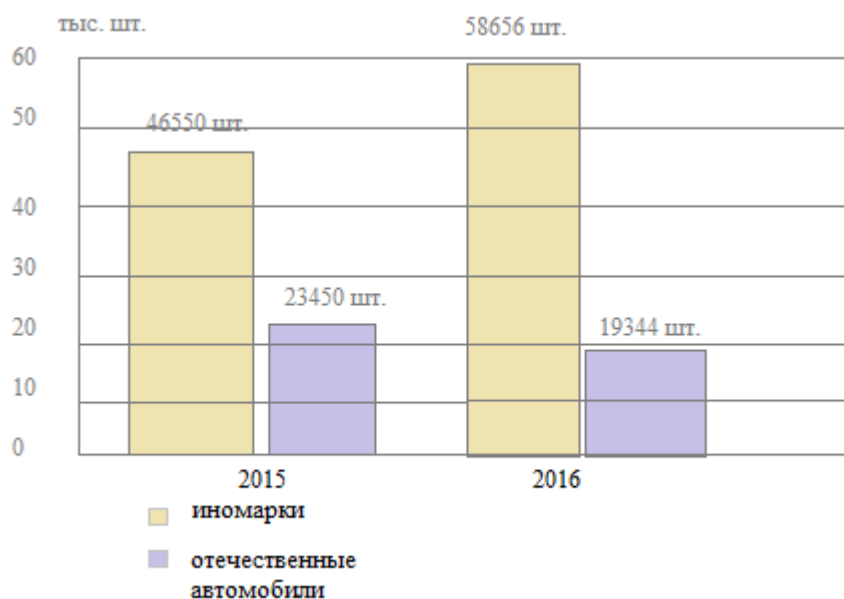


Рисунок 2.4. - Динамика объема рынка автомобилей в Оренбургской области по типам автомобилей [72]

Как свидетельствуют данные рисунка, наблюдается рост объемов продаж автомобилей в Оренбургской области. Также из рисунка видна тенденция повышения продажи иномарок, и тенденция снижения продажи отечественных автомобилей.

Большинство автомобилей, представленных на рынке Оренбургской области в 2016 г. по-прежнему остаются автомобили иностранного производства (по сравнению с 2015 г), но объем и структура авторынka Оренбургской области во времени постоянно изменяются, о чем свидетельствуют данные таблицы 2.3.

Таблица 2.2. - Структура рынка автомобилей Оренбургской области по типам, % [73]

Показатели	2015	2016	Отклонение, (+,-)
Иномарки	66,5	75,2	9,4
Отечественные автомобили	33,5	24,8	-9,4

Согласно представленных данных рост доли иностранных автомобилей продолжает наблюдаться, увеличение составляет 13,08 %.

Структура рынка автомобилей Оренбургской области по ценовым диапазонам представлена на рисунке 2.5.

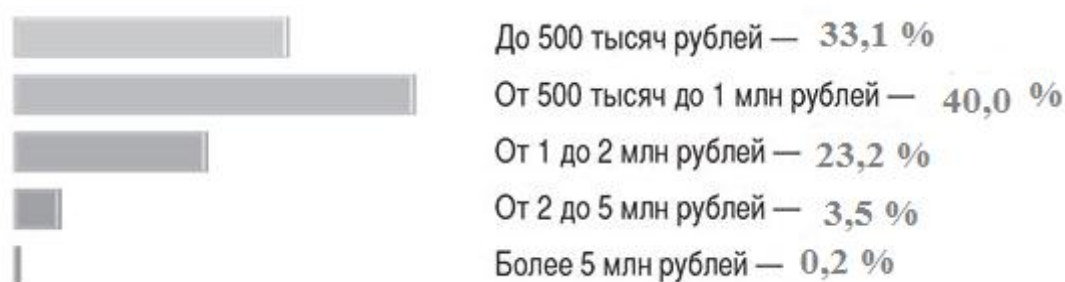


Рисунок 2.5. - Структура рынка автомобилей Оренбургской области по ценовым диапазонам за 2016 г. [74]

Таким образом, в ценовом сегменте более предпочтительны автомобили от 500 тыс. до 1 миллиона рублей – 40,0 %, автомобили, стоимость которых до 500 тысяч рублей – 33,1 %, а также автомобили, стоимость которых от 1 до 2 миллионов рублей – 23,2 %.

Далее целесообразно рассмотреть тенденции развития автомобильного рынка РФ в целом, и рынка автомобилей Оренбургской области, в частности.

Российский автомобильный рынок, по мнению экспертов компании Англии EY, к 2020 году будет восстановлен, повысив собственные продажи до 2,2 миллиона автомобилей (что еще ниже уровня 2014 г., в котором было реализовано 2,5 миллиона автомобилей), с 1,4 миллиона автомобилей, реализованных в 2016 г. Настоящие эксперты полагают, что этому будет способствовать: [75]

- 1) сохранение государственной поддержки в сфере утилизации автомобилей и снижение процентных ставок по кредитам;
- 2) влияние отложенного спроса;
- 3) старение парка автомобилей.

Не обратить на старение российского автопарка внимание в настоящее время нельзя. Около 12,5 лет составляет средний возраст легковых автомобилей (российские автомобили – 16 лет; иномарки – 9,9 лет). [29] Это все свидетельствует о повышении необходимости замены технически изношенных и устаревших автомобилей. Именно поэтому нужно обратить внимание на расширение мощностей по утилизации старого парка автомобилей в РФ.

Доля российских брендов в автопарке сокращается – она составляла в 2016 году примерно 41 процент. [39] Этот факт обусловлен тем, что российские модели устаревших марок автомобилей заменяются бюджетными иномарками, как правило, подержанными автомобилями. Такая тенденция усиливается по причине повышения присутствия иностранных концернов на автомобильном рынке РФ, за счет выпуска бюджетных новых иномарок в субкомпактном и компактном классах внедорожников, самые востребованные у отечественных покупателей.

Как считают аналитики, автомобильная отрасль выйдет на «стабильный» рост, в частности, за счет сохранения планов многих иностранных автоконцернов по развитию в РФ, а также при сохранении государственной поддержки. В британском экспертном агентстве ЕУ считают, что прямое государственное субсидирование само по себе не устраняет фундаментальных недостатков автомобильной отрасли, которые связаны с избытком мощностей, разницей в качестве между импортом и локальными комплектующими, низкой локализацией. [33 С. 110-123.]

Динамика цены на автомобили в 2015-2016 гг. положительная, цены повысились в среднем на 40 процентов. Можно наблюдать рост цен, как на иномарки, так и на российские автомобили. За анализируемый период автомобили «АвтоВАЗа» подорожали на 10-45 тысяч рублей. Этот скачок коснулся, в основном модели Лада Ларгус. [42 С. 140-144.] Цена данной марки российского автомобиля с 412 тысяч рублей повысилась до 457 тысячи рублей. В 2017 году, по данным специалистов с завода, эта модель появится

уже в обновленном кузове. Лада Приора, популярная среди российского населения, тоже повысилась в цене на 15 тысяч рублей. [43 С. 140-144]

И в 2017 году ожидается дальнейший рост цен на российские марки автомобилей. Прогнозируется следующий рост цен на автомобили в России в 2017 году: средний прирост цен составит до 15 процентов. Не станут исключением марки УАЗ: УАЗ Pickup подорожает на 15 процентов, УАЗ Hunter подорожает на 8,5 процентов, УАЗ Patriot подорожает на 7,6 процентов. [50]

В результате того, что номинальная стоимость российских автомобилей меньше стоимости иномарок, то в данном сегменте повышение цен на динамике продаж скажется не сильно.

За 2015-2016 годы импортные автомобили подорожали на 21 %. [30] Большинство автомобильных иностранных компаний, начиная от Хендай и Шевролет, заканчивая Вольво и Лэнд Ровер, формирование цен было пересмотрено в сторону повышения.

Вторичный рынок автомобилей не стал исключением: за 2015-2016 гг. он тоже показал положительный тренд роста цен. Подорожание автомобилей в этом сегменте было вызвано резким повышением уровня спроса на них за анализируемый период. В это время наблюдалась стабилизация курса рубля и российские покупатели стали частично удовлетворить отложенный спрос. Именно поэтому цена на российские автомобили с существующим пробегом повысились на 10 процентов, а иномарок – на 40 процентов. Эта ситуация сразу вызвала избыток предложений, который привел к тому, что в 2016 г. цены на автомобили с пробегом упали на 10 процентов (российские автомобили) и 22 процента (иностраные автомобили). [40] Цены на подержанные автомобили, по прогнозам аналитиков, в 2017 г. могут повыситься существенно, а также несущественно понизится. Не предвидится резких колебаний цен. [55 С. 386-393.]

Также здесь нужно отметить то, что на рынке продукция начинает дорожать лишь тогда, когда повышается на нее спрос. Спрос, в свою очередь,

имеет свойство повышаться в зависимости от сезонности, начиная с марта. То, что в 2017 г. спрос на новые автомобили может увеличиться на 40 процентов, также прогнозируют аналитики агентства PSB Consulting Group. [34 С. 110-123.] Главной причиной этого эксперты считают эффект отложенного спроса. Эксперты видят активацию спроса на автомобили из-за того, что в 2015-2016 гг. многие покупатели РФ отложили покупку автомобиля до лучших времен и, по мнению экспертов, количество таких автомобилистов в 2017 г. будет составлять 1,5 миллиона человек. [35 С. 110-123.]

Какие же перспективы в ценовой политике на автомобильном рынке РФ? Совершенно определенно можно сказать, что причин для сокращения цен на автомобили в 2017 г. нет, наоборот – сформированы все условия для их повышения. Среднее повышение при этом составит примерно 5-15 процентов. [36 С. 110-123.]

Оживление российского автомобильного рынка может осуществиться через некоторое время, после достижения им «дна». Аналитики прогнозируют, что стагнация на рынке автомобилей РФ может наблюдаться до 2020 г. [51 С. 109-113.] Этим периодом определяется «дно» рынка автомобилей в РФ. После его прохождения можно говорить о наличии выгодных условий для покупателей по покупке транспортных средств. Главные причины повышения цен в 2017 г. представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 - Главные причины повышения цен на автомобили в 2017 г. [49]

Причина	Содержание
Внедрение системы безопасности автомобилей ЭРА-ГЛОНАСС	В результате этого в России стоимость новых легковых автомобилей может увеличиться на 5-7 процентов с начала 2017 г.

Продолжение таблицы 2.3

<p>Повышение акцизного сбора на автомобили</p>	<p>По сравнению с 2014г. в 2017 г. повышение составит примерно 26,5 процентов. Значение акцизного сбора находится в зависимости от мощности двигателя транспортного средства:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мощность более 150 л.с., оплата за каждую л.с. по 420 рублей; - мощность 90-150 л.с., оплата по 43 руб. за каждую л.с. <p>Сам акцизный сбор независимо от повышения тарифа составляет 1,5-2 процента от стоимости автомобиля</p>
<p>Принятие стандарта соответствия двигателей транспортных средств нормам «ЕВРО 5»</p>	<p>В 2016 г. был утвержден новый экологический стандарт. В РФ на этот момент не больше 35-40 процентов автомобилей удовлетворяют новым требованиям.</p> <p>Собственники оставшихся 60-65 процентов автомобилей нужно уплатить экологический сбор в государственный бюджет. Это свидетельствует о том, что цена на автомобили с двигателем «ЕВРО 5» повысится в 2017 г. до 15 процентов</p>
<p>Зависимость автопроизводителей от иностранных комплектующих</p>	<p>В 2017 году цена на автомобили производства РФ повысится на 5-20 процентов</p>
<p>Законодательные изменения</p>	<p>В начале 2017 г. можно будет приобрести более выгодно автомобиль, до вступления в силу новых законодательных норм, которые связаны с акцизными сборами и утилизированными сборами, а также появления новой девальвации рубля. Увеличение стоимости автомобиля, которое вызвано повышением утилизационного сбора, оценивается экспертами до 40000 рублей</p>
<p>Повышение спроса на вторичном рынке по причине его снижения на первичном рынке</p>	<p>Это может стать причиной общего повышения цен на подержанные автомобили на 4-6 процентов</p>

Окончание таблицы 2.3

Изменение курса рубля	Дальнейшее обесценивание рубля приведет к повышению цен, а их уменьшению будет способствовать стабилизация курса
-----------------------	--

Таким образом, нами были рассмотрены факторы, которые оказывают влияние на развитие автомобильного рынка в РФ. Нужно оценить статистическую пригодность факторов для их использования в модели прогнозирования рынка автомобилей в Оренбургской области. Можно выделить следующие сценарии динамики автомобильного рынка в Оренбургской области:

1. Оптимистический. Произойдет существенное улучшение общего состояния российского автомобильного рынка.

2. Пессимистический. В 2018 г. инфляция составит 12 процентов (вместо запланированных 9 процентов), это приведет к ухудшению экономической обстановки в стране, повлечен сокращение спроса на рынок автомобилей РФ.

В краткосрочной перспективе на рынке все еще сохраняется значительный уровень неопределенности, однако, позитивные факторы, такие как государственная поддержка и программа утилизации старых автомобилей, на наш взгляд, приведут к умеренному росту автомобильного рынка.

Именно поэтому, по мнению автора исследования, вероятность наступления оптимистического сценария – средняя, пессимистического сценария – низкая.

Ситуацию на автомобильном рынке тяжело назвать прогнозируемой и устойчивой. Продажи автомобилей находятся в зависимости от многих факторов, причем внешнеэкономических факторов. Прогноз развития автомобильного рынка сложно осуществлять. Однако, необходимо рассмотреть основы прогнозирования автомобильного рынка в РФ.

2.2 Факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в Оренбургской области

Оренбургская область, одна из самых крупных областей России, находится в 1 500 км к юго-востоку от Москвы и имеет свободный доступ из Европы, Центральной России и Средней Азии. Территория области расположена в бассейнах двух крупных рек – Урала и Волги.

Население - 2,2 млн чел. Площадь - 124 тыс. кв. км. Промышленный потенциал области состоит из более 3 тыс. предприятий, в т. ч. около 300 крупных и средних. Оренбург – административный центр этого промышленного и сельскохозяйственного региона, невероятно богатого месторождениями полезных ископаемых, таких как газ, нефть, горючие сланцы, бурый уголь, черные и цветные металлы.

Машиностроительный комплекс Оренбуржья насчитывает 70 предприятий электротехнического, тракторного, сельскохозяйственного, транспортного и тяжелого машиностроения. Номенклатура продукции очень широкая: доменное и сталеплавильное оборудование – половина общероссийского производства, электродвигатели переменного тока – одна треть общероссийского производства, почти половина производства асбеста, металлорежущие станки, тракторные и автомобильные прицепы, холодильные установки, вертолеты для гражданской авиации, источники бесперебойного питания, низковольтная пусковая аппаратура, радиаторы охлаждения и др. В регионе нет проблем, связанных с перевозкой грузов и пассажиров, поскольку хорошо развита транспортная инфраструктура. Протяженность автомобильных дорог с твердым покрытием превышает 13 тысяч километров, железных дорог – 1650 километров, нефти и газопроводов – 1800 километров. В области действуют два аэропорта: в городах Оренбург и Орск. Есть все необходимое для осуществления авиасообщения со многими странами Европы, Азии и Африки. Через Оренбургскую область проходят транзитные грузовые и пассажирские потоки в направлениях «Центр -

Центральная Азия» и «Запад-Восток». Значимость области как транспортного узла обусловлена как особенностями географического положения (граница с Казахстаном), так и высоким уровнем развития отрасли. Оренбург является одной из опорных точек в строительстве транспортного коридора «Западный Китай – Западная граница» - самого короткого пути из Китая в Европу.

Автомобильный транспорт занимает особое место в социально-экономическом развитии, как Оренбургской области, так и страны в целом. Он обеспечивает в большей степени современную мобильность, гибкость, скорость реакции транспортного комплекса на внешние и регулирующие воздействия со стороны государственных органов власти, связывает в экономике страны другие виды транспорта с отраслями, производящими товары, сырье, продукцию.

В транспортной системе наиболее актуальным направлением деятельности является организация и управление социально-экономическими объектами, осуществляющими заказ на пассажирские перевозки, организацию таких перевозок, а также, собственно, процесс перевозки пассажиров. При этом, предприятия различного назначения выступают как элементы системы. А органы местного самоуправления и исполнительной власти, а также общественные объединения предприятий и организаторы перевозок, являющиеся неотъемлемыми составными частями рынка транспортных услуг, могут выступать как элементы или подсистемы рассматриваемой системы.

На территории Оренбургской области законом 2 марта 2010 года N 3430/792-IV-ОЗ «Об организации транспортного обслуживания населения на территории Оренбургской области» урегулированы вопросы организации транспортного обслуживания населения.

Данный закон регулирует отношения в сфере организации транспортного обслуживания населения, связанные с осуществлением регулярных перевозок пассажиров и багажа автомобильным, воздушным, водным

транспортом в межмуниципальном и пригородном сообщении и железнодорожным транспортом в пригородном сообщении.

В целях создания единого транспортного пространства для выполнения регулярных пассажирских перевозок транспортом общего пользования формируются автомобильная, железнодорожная, водная, воздушная областные маршрутные сети.

В перспективе при формировании автотранспортной системы региона следует предусмотреть решение проблемы развития конкурентной среды, хотя здесь в настоящее время сложились объективные обстоятельства, не способствующие данному процессу [13, с. 45].

Во-первых, тарифы на перевозки пассажиров контролируются администрацией соответствующего уровня (органом местного самоуправления), которой с одним транспортным предприятием взаимодействовать проще.

Во-вторых, на междугородных перевозках автотранспортные предприятия уже сейчас конкурируют с другими перевозчиками, поскольку большинство междугородных маршрутов обслуживается на паритетных началах двумя-тремя предприятиями, расположенными в его конечных пунктах.

В-третьих, при существующей системе технического обслуживания и ремонта автобусов (когда отсутствуют качественные услуги специализированных ремонтных предприятий) удельные издержки на содержание технической службы (приходящиеся на один автобус) снижаются с увеличением размера предприятия.

В настоящее время непосредственную работу с перевозчиками пассажиров и в отношении транспортной политики на региональном уровне ведет только комитет по транспорту и связи правительства области. Вместе с тем, данному органу власти необходимо акцентировать внимание на разработке новых и усовершенствовании существующих нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность субъектов рынка транспортных услуг согласно рыночным принципам хозяйствования.

Кроме того, рассматриваемой структуре целесообразно активизировать свою деятельность в направлении совершенствования практики договорных отношений по вопросам социально-экономической политики на транспорте.

Кроме того, рассматриваемой структуре целесообразно активизировать свою деятельность в направлении совершенствования практики договорных отношений по вопросам социально-экономической политики на транспорте.

В настоящее время, как в Оренбургской области, так и России в целом, реализуется рыночный подход в транспортной системе «государство больше ни за что не платит» (кроме возмещения расходов от перевозки льготных категорий пассажиров) или поддерживает автотранспортные предприятия в крайне малой мере. Поэтому сложившаяся ситуация привела к тому, что предприятия авто - и электротранспорта не получают, в соответствии с этим, должную компенсацию расходов, образующихся как разница между себестоимостью перевозки одного пассажира и фактической платой за одну поездку пассажира в транспорте. Это привело к значительному ухудшению финансового состояния большинства автотранспортных предприятий области, которые лишаются средств на воспроизводство подвижного состава. В целом по области, изношенность автобусного парка составляет 65,7 %, а парка городского электрического транспорта – 72,0 %.

Причем, износ трамвайных вагонов в г. Орске приблизился к критическому значению и составил более 90 %, по автобусному парку – 45 %. Что касается подвижного состава транспортных предприятий областной столицы, то две трети автобусного парка изношены на 90 %, средний показатель физической и моральной изношенности парка машин в г. Оренбурга, в целом, составляет 58,6 %. Эта и другие проблемы существенно влияют не только на формирование транспортной системы, но и социально-экономическое развитие городов, сельских поселений и региона в целом. Технический уровень, к примеру, автобусов не отвечает требованиям экономичности, экологичности и что самое главное – безопасности.

В условиях сформировавшейся в настоящее время для общественного пассажирского транспорта области достаточно сложной экономической конъюнктуры оценка состояния и использования материальной базы предприятий, принадлежащих данной сфере, определение степени технической готовности автотранспортных средств приобретает особую актуальность.

В исследуемый период полная себестоимость услуг по перевозке пассажиров, оказываемых автотранспортными предприятиями области, выросла у каждого из объектов анализа.

Темп прироста в подотрасли составил 30,6 %. Соответственно, себестоимость 1 км пробега увеличилась на 33,2 %, а себестоимость 10 пассажиро\км транспортной работы – на 42,7 %.

Исходя из специфики работы предприятий, наибольший удельный вес в структуре материальных затрат занимают расходы на ГСМ, техническое обслуживание и ремонт подвижного состава.

При этом, за последние три года составляющая ГСМ в структуре себестоимости увеличилась на 4 процентных пункта, и темп прироста цены нефтепродуктов на рынке составил 29,7 %.

Выводы по разделу два

Динамика цен на автомобили в 2017 году в России мало утешительна, по мнению экспертов, к концу 2017 года объемы продаж транспортных услуг на рынке покажут низкие показатели.

Автомобильный рынок России в 2016 году снизился на 13,1 процент в массовом сегменте и в премиальном сегменте на 7,4 процента. В данных сегментах продажи за 2016 г. составили 1093,0 тыс. и 126,7 тыс. автомобилей. Из-за высокой стоимости мы искусственно перенесли автомобили Honda, Citroen, Mazda, VW и Toyota в премиальный сегмент. Как следствие, из выше представленного на долю массового сегмента рынка приходится 89,6

процентов продаж, а на сегмент премиум-класса – 10,4 процента.

Российский автомобильный рынок, по мнению экспертов компании Англии EY, к 2020 году будет восстановлен, повысив собственные продажи до 2,2 миллионов автомобилей (что еще ниже уровня 2014 г., в котором было реализовано 2,5 миллиона автомобилей), с 1,4 миллионов автомобилей, реализованных в 2016 г.

Динамика объема рынка автомобилей в Оренбургской области по типам автомобилей свидетельствует о том, что наблюдается рост объемов продаж автомобилей в Оренбургской области, наблюдается тенденция повышения продажи иномарок, и тенденция снижения продажи отечественных автомобилей.

Рост доли иностранных автомобилей продолжает наблюдаться, увеличение составляет 13,08 %.

В ценовом сегменте более предпочтительны автомобили от 500 тыс. до 1 миллиона рублей – 40,0 %, автомобили, стоимость которых до 500 тысяч рублей – 33,1 %, а также автомобили, стоимость которых от 1 до 2 миллионов рублей – 23,2 %.

Можно выделить следующие сценарии динамики автомобильного рынка в Оренбургской области:

1. Оптимистический. Произойдет существенное улучшение общего состояния российского автомобильного рынка.

2. Пессимистический. В 2018 г. инфляция составит 12 процентов (вместо запланированных 9 процентов), это приведет к ухудшению экономической обстановки в стране, повлечен сокращение спроса на рынок автомобилей РФ.

В краткосрочной перспективе на рынке все еще сохраняется значительный уровень неопределенности, однако, позитивные факторы, такие как государственная поддержка и программа утилизации старых автомобилей, на наш взгляд, приведут к умеренному росту автомобильного рынка.

Именно поэтому, по мнению автора исследования, вероятность наступления оптимистического сценария – средняя, пессимистического сценария – низкая.

Прогноз развития автомобильного рынка сложно осуществлять. Однако, необходимо рассмотреть основы прогнозирования автомобильного рынка в РФ.

Для прогнозирования автомобильного рынка РФ, в частности автомобильного рынка в Оренбургской области могут быть использованы разнообразные методы прогнозирования.

При прогнозировании автомобильного рынка Оренбургской области необходимо предусмотреть решение проблемы развития конкурентной среды, хотя здесь в настоящее время сложились объективные обстоятельства, не способствующие данному процессу:

- 1) тарифы на перевозки пассажиров контролируются администрацией соответствующего уровня (органом местного самоуправления), которой с одним транспортным предприятием взаимодействовать проще;

- 2) на междугородных перевозках автотранспортные предприятия уже сейчас конкурируют с другими перевозчиками, поскольку большинство междугородных маршрутов обслуживается на паритетных началах двумя-тремя предприятиями, расположенными в его конечных пунктах;

- 3) при существующей системе технического обслуживания и ремонта автобусов (когда отсутствуют качественные услуги специализированных ремонтных предприятий) удельные издержки на содержание технической службы (приходящиеся на один автобус) снижаются с увеличением размера предприятия.

3 ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Построение прогнозной модели

Для построения прогноза автомобильного рынка Оренбургской области нужно отобрать факторы, которые оказывают влияние на результативный объект.

Среди основных макроэкономических факторов, которые оказывают влияние на покупательную способность населения, прежде всего, можно выделить: инфляцию и экономически активное население.

Сущность инфляции состоит в том, что национальная валюта обесценивается по отношению к товарам, иностранным валютам и услугам, сохраняющим стабильность собственной покупательной способности.

Можно выделить следующие последствия инфляции:

- обратная пропорциональность темпа инфляции и уровня экономически активного населения;
- падение реального процента;
- нестабильность экономической информации;
- ускоренная материализация финансовых средств;
- скрытая государственная конфискация финансовых средств через налоги;
- отставание цен государственных компаний от рыночных;
- перераспределение богатства и доходов.

Следующей важной формой макроэкономической нестабильности является уровень экономически активного населения.

Понижение уровня экономически активного населения является одной из макроэкономических проблем, которая оказывает влияние на каждого из нас.

Таким образом, прогнозная модель строится на базе 2-х переменных, а

именно:

- количество активного населения;
- уровень инфляции.

Рассмотрим более подробно представленные факторы.

На графике 3.1. представлено изменение уровня инфляции за 2011-2016 годы.

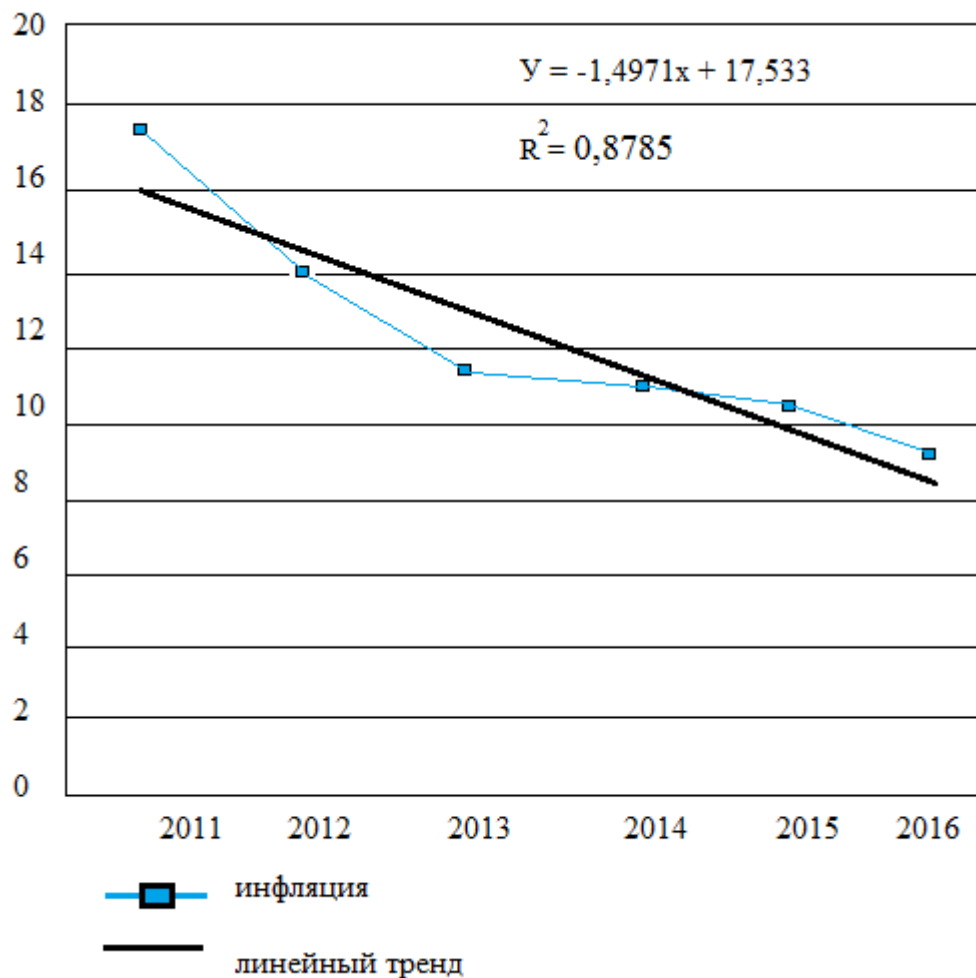


Рисунок 3.1. - Изменение уровня инфляции за 2011-2016 годы [65]

На графике 3.2. представлено изменение уровня экономически активного населения в Оренбургской области.

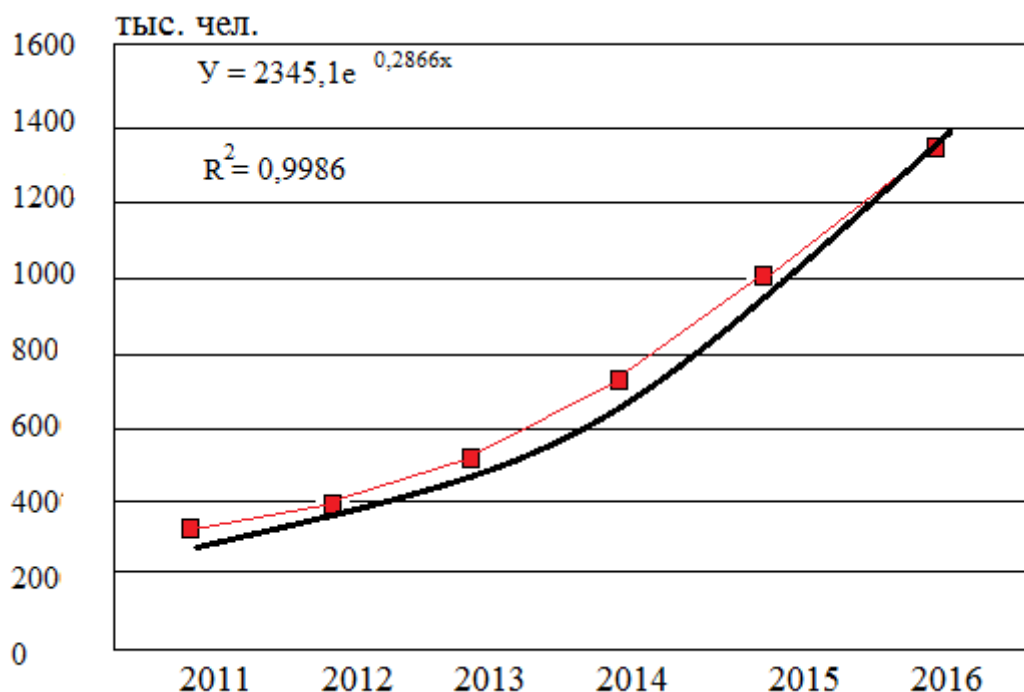


Рисунок 3.2. - Изменение уровня экономически активного населения в Оренбургской области за 2011-2016 годы

В настоящей выпускной квалифицированной работе мы использовали линейную регрессию, то есть зависимость вида:

$$Y(t) = a_0 + a_1x_1(t) + a_2x_2(t) \quad (3.1)$$

где a_0 – это свободный член уравнения;

a_1, a_2 – это коэффициенты регрессии, которые показывают уровень влияния соответствующего фактора на прогнозируемый показатель при фиксированном значении иных факторов;

$x_1(t), x_2(t)$ – это факторные признаки;

$Y(t)$ – это результативный признак.

Данная модель является производственной функцией, т.е. экономико-математической моделью, позволяющей принять во внимание влияния факторных признаков на изучаемый зависимый параметр.

В таблице 3.1. представим полученные коэффициенты.

Таблица 3.1. - Коэффициенты уравнения множественной регрессии

Наименование	Уровень значимости	B	β
Уровень инфляции	0,630120	0,279710	0,0339
Экономически активное население	0,000517	0,00007	1,0271
Константа	0,190097	-15,366325	-

Коэффициент корреляции и коэффициент детерминации, которые соответственно равны $R = 0,9966$, $R^2 = 0,9983$ характеризуются хорошими показателями.

Окончательная производственная функция после этого будет иметь следующий вид:

$$Y(t) = - 15,3663 + 0,00007x_1 + 0,2797x_2 \quad (3.2)$$

где $Y(t)$ – это количество проданных автомобилей в Оренбургской области;

x_1 – это экономически активное население;

x_2 – это уровень инфляции.

При построении прогнозной модели нужно рассмотреть следующие параметры прогноза: период упреждения, период основания.

Период упреждения прогноза (т.е. период времени от настоящего времени в будущее, для которого прогноз составляется) в этой модели равен одному году. Период основания прогноза, т.е. промежуток от настоящего момента в прошлое, на данных которого основывается прогноз, равен шести годам.

Далее составим прогноз состояния автомобильного рынка в Оренбургской области на основе составленной модели.

3.2 Составление прогнозов состояния автомобильного рынка

Составим уравнение регрессии для прогнозируемого состояния автомобильного рынка в Оренбургской области:

$$Y = - 15,3663 + 0,00007 \text{ (экономически активное население)} + 0,2797 \text{ (уровень инфляции)}$$

Для интерпретации направления связи между переменными смотрят на знаки «-» или знаки «+» регрессивных коэффициентов. Если регрессионный коэффициент является положительным, то связь данной переменной с зависимой переменной является положительной. Однако, если регрессионный коэффициент отрицательный, то и связь между переменной и зависимой носит отрицательный характер.

Чтобы осуществить прогноз автомобильного рынка Оренбургской области с помощью полученной множественной регрессии нужно спрогнозировать факторные признаки. В настоящем исследовании это можно сделать благодаря уравнениям, которые получены при построении трендов временных рядов факторов. Полученные в результате этого данные представим в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - Прогноз факторов, которые оказывают влияние автомобильный рынок Оренбургской области

Уровень инфляции, %	Экономически активное население, чел.	Год
9	1610000	2018

Используя данные, представленные в таблице 3.2. и полученное уравнение множественной регрессии можно построить прогноз автомобильного рынка Оренбургской области в 2018 году. А именно:

$$Y(t) = -15,3663 + 0,00007 * 1610000 + 0,2797*9 = - 15,3663 + 112,7 + 2,5173 = 99,8 \text{ шт.}$$

Во второй главе выпускной квалифицированной работы были представлены разнообразные сценарии объема автомобильного рынка Оренбургской области.

Значение, которое обозначено выше, найдено в рамках умеренного сценария, согласно которому имеющиеся тенденции сохранятся.

Согласно пессимистическому сценарию будет повышение уровня инфляции и повышение (незначительное) экономически активного населения в Оренбургской области, что приведет к следующим результатам (таблица 3.3.).

Таблица 3.3. - Прогнозные значения показателей в 2018 году согласно пессимистическому сценарию

Наименование	Количество проданных автомобилей в Оренбургской области, тыс. шт.	Уровень инфляции, %	Экономически активное население Оренбургской области, чел
Значение	78	10	1720000

Очевидно, что при реализации этого сценария особенно не повысятся активы автомобильного рынка на фоне повышения численности экономически активного населения Оренбургской области. Но вероятность реализации этого сценария весьма низкая.

В таблице 3.4. представлены новые прогнозные значения показателей согласно оптимистическому сценарию прогноза автомобильного рынка Оренбургской области.

Таблица 3.4. - Прогнозные значения показателей в 2018 году согласно оптимистическому сценарию прогноза автомобильного рынка Оренбургской области

Наименование	Количество проданных автомобилей в Оренбургской области, тыс. шт.	Уровень инфляции, %	Экономически активное население Оренбургской области, чел
Значение	112	8,5	1720000

Уровень вероятности осуществления оптимистического сценария средняя и представляется возможным приближения значения проданных автомобилей к спрогнозированному, и представленному выше.

Далее целесообразно провести верификацию прогноза состояния автомобильного рынка Оренбургской области.

3.3 Верификация прогноза состояния автомобильного рынка Оренбургской области

Для осуществления проверки точности прогноза в настоящем исследовании применяются следующие методы верификации:

- обратная;
- прямая;
- экспертная.

Обратная верификация представляет собой проверку точности прогнозной модели на периоде прогнозной ретроспекции, т.е. осуществляется сравнение полученных благодаря прогнозной модели значений, а также значений исходного временного ряда. Для проведения обратной верификации мы сравним временной ряд в ретроспективе с 2011 года по 2016 год и расчетный ряд, который построен благодаря регрессионной модели на базе значений факторных показателей.

В таблице 3.5. представлено сравнение временных рядов.

Относительное отклонение:

$$2011 = 10,5 / 0,104 - 100 = 0,96.$$

$$2012 = 15,4 / 0,16 - 100 = 3,75.$$

$$2013 = 23,9 / 0,248 - 100 = - 3,62.$$

$$2014 = 35,1 / 0,348 - 100 = 0,86.$$

$$2015 = 54,5 / 0,519 - 100 = 5,00.$$

$$2016 = 74,2 / 0,757 - 100 = -1,98.$$

$$\text{МАД} = (0,96 + 3,75 + (-3,62) + 0,86 + 5,00 + (-1,98)) / 6 = 0,82.$$

Таблица 3.5 - Сравнение временных рядов

Годы	Временной расчетный ряд	Временной исходный ряд	Относительное отклонение	МАД	Стандартное отклонение
2011	10,4	10,5	0,96	0,82	3,27
2012	16	15,4	3,75		
2013	24,8	23,9	-3,62		
2014	34,8	35,1	0,86		
2015	51,9	54,5	5,00		
2016	75,7	74,2	-1,98		

Следовательно, данные таблицы свидетельствуют об незначительных отклонений значений временных рядов.

Для большей наглядности представим результаты сравнения на рис. 3.3. В результате того, что прогнозная модель практически точно повторяет исходные данные, то можно считать, что верно построена модель прогноза.

Прямая верификация проводится благодаря использованию другого, альтернативного метода. В настоящем исследовании применялся метод экспоненциального сглаживания. На рисунке 3.4 представлены результаты верификации по данному методу.

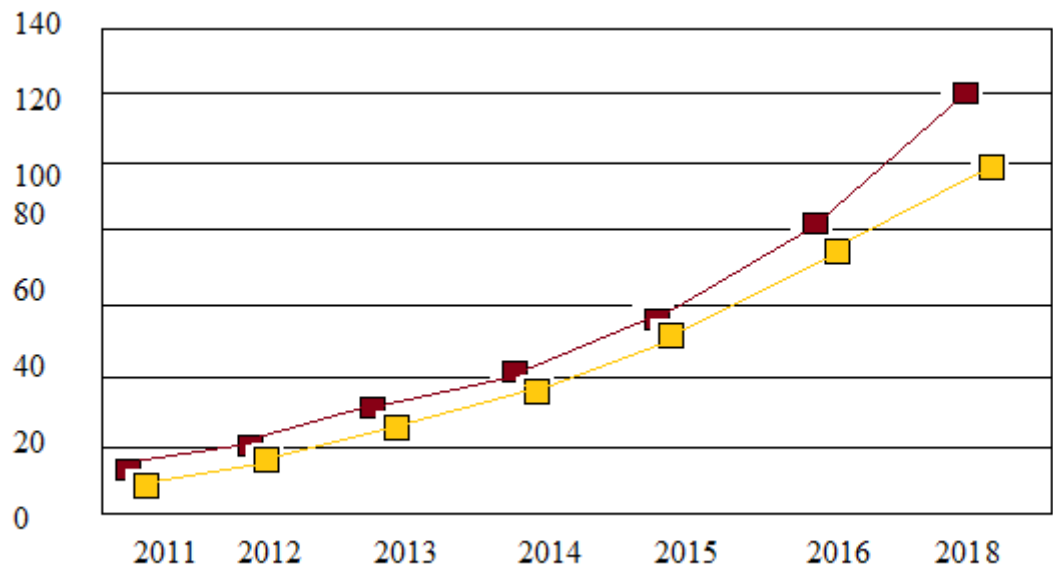


Рисунок 3.3. - Результаты сравнения по обратной верификации



Рисунок 3.4. - Экспоненциальное сглаживание

В таблице 3.6. представлено относительное отклонение при экспоненциальном сглаживании.

Таблица 3.6 - Относительное отклонение при экспоненциальном сглаживании, %

Годы	Значение
2011	-2,21613
2012	-2,21613
2013	-2,21613
2014	-2,21613
2015	-2,21613
2016	-2,21613
2018	-2,21613

Экспертная верификация представляет собой сопоставление результатов прогноза с мнением экспертов, которые в данной области авторитетны.

Характеризуя прогноз автомобильного рынка Оренбургской области можно утверждать, что он считается:

- многомерным, потому что он был составлен для объекта, который характеризуется двумя факторами, а именно: количество активного населения; уровень инфляции, так как эти макроэкономические показатели, на наш взгляд, оказывают большое влияние на покупательскую способность населения;

- точечным, так как результат представлен в виде единственного значения;

- поисковым, потому что направлен на получение информации о будущем состоянии объекта.

Выводы по разделу три

В процессе составления прогноза в настоящем исследовании для характеристики автомобильного рынка Оренбургской области было использовано количество проданных автомобилей.

Для построения прогноза автор исследования взял временной ряд выпуска автомобилей за 2011-2016 гг. Анализ развития рынка показал, что на базе представленного временного ряда представляется возможным построение прогнозного значения числа выпущенных автомобилей в 2018 г. в Оренбургской области.

Автомобильный российский рынок, в частности автомобильный рынок Оренбургской области относится к товарным рынкам Российской Федерации, подверженным воздействию разных нелинейных факторов: безработица, высокий уровень налогообложения, доля скрытого производственного объема, уровень монетизации, уровень наличия денежной массы и пр.

Среди основных макроэкономических факторов, которые оказывают влияние на покупательную способность населения, прежде всего, можно выделить: инфляцию и экономически активное население.

Сущность инфляции состоит в том, что национальная валюта обесценивается по отношению к товарам, иностранным валютам и услугам, сохраняющим стабильность собственной покупательной способности.

Следующей важной формой макроэкономической нестабильности является уровень экономически активного населения.

Понижение уровня экономически активного населения является одной из макроэкономических проблем, которая оказывает влияние на каждого из нас.

На базе этого вывода автором были разработаны условия прогнозирования, из которых самой большей вероятностью обладает оптимистический сценарий, в результате которого было определено, что в 2018 г. в Оренбургской области будет выпущено 112 тыс. автомобилей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведя оценку автомобильного мирового рынка можно сделать следующие выводы, определяющие дальнейшее направление исследования.

Мировой глобальный рынок производства повышается, при этом главными лидерами остаются наиболее крупные производители из развитых стран, Японии, Германии, США. В странах Евросоюза расположены 6 крупных автомобильных компаний, которые в общей сложности производят примерно 23 процента от всего выпуска автомобилей в мире, а наиболее крупными потребителями их продукции считаются страны их базирования и Англия.

Но, в последние годы самые большие темпы роста показывают производители из развивающихся стран, в том числе, Индии и Китая, продукция при этом направляется, как на зарубежные рынки, так и на локальные рынки. Абсолютное лидерство за ними также Евросоюза и Соединенных Штатов Америки в рейтинге наиболее крупных стран по выпуску легковых автомобилей пропустили вперед КНР в 2012 году, лидер с тех пор остается бесменным. Китайские марки автомобилей непосредственно не пользуются спросом на автомобильном рынке в результате собственной низкой конкурентоспособности, именно поэтому они реализуются в большинстве своем на локальном рынке.

Автопроизводители, помимо того, ищут новейшие возможности для реализации собственной продукции и активно внедряются в африканский и азиатский регионы.

На автомобильном рынке усиливающаяся конкуренция и инновационный характер предприятий заставляет детально разрабатывать стратегии инвестирования и входа на рынки зарубежных стран. Компаниям при этом приходится разрабатывать новейшие и применять альтернативные нишевые стратегии для совершенствования собственных позиций и объема сбыта на внешнем и на внутреннем рынке. В результате развития альтернативных источников питания и технологий повышается давление на

автомобильный сектор в сфере сокращения стоимости готового продукта.

Предприятия стремятся противостоять данному процессу с помощью НИОКР, развития инжиниринга, улучшения дизайна. Автопроизводители, на фоне давления на стоимость собственной продукции, стремятся сократить издержки, переключаясь на поставщиков с более низкими ценами либо вынуждая их сокращать.

Все больше производителей автомобилей в то же время развивают «умные технологии», высокотехнологические производства, совместно с альтернативными энергетическими источниками. Крупные автомобильные компании предпочитают вкладывать финансовые средства в новейшие технологии по причине того, что они осознают важность привлечения потребителей и развития именно в результате данного фактора, потому что экстенсивное дальнейшее развитие становится все более сложным в результате заговаривания рынка.

Но долгосрочное отраслевое развитие тоже остается неизведанным вопросом, так как на рынке в настоящее время появляются альтернативные модели бизнеса на автомобильном рынке, которые сформированы высокотехнологичными компаниями, активно развивающими новые технологии и рассматривающими автомобиль не в качестве конечного продукта, а в качестве инструмента продажи собственных сервисов и услуг. Это все подчеркивает актуальность анализа текущих альтернативных стратегий и анализа устойчивости их использования с позиции дальнейшей перспективы.

Динамика цен на автомобили в 2017 году в России мало утешительна, по мнению экспертов, к концу 2017 года объемы продаж автомобилей на рынке покажут низкие показатели.

Автомобильный рынок России в 2016 году снизился на 13,1 процент в массовом сегменте и в премиальном сегменте на 7,4 процента. В данных сегментах продажи за 2016 г. составили 1093,0 тыс. и 126,7 тыс. автомобилей. Из-за высокой стоимости мы искусственно перенесли автомобили Honda, Citroen, Mazda, VW и Toyota в премиальный сегмент. Как следствие, из выше

представленного на долю массового сегмента рынка приходится 89,6 процентов продаж, а на сегмент премиум-класса – 10,4 процента.

Российский автомобильный рынок, по мнению экспертов компании Англии EY, к 2020 году будет восстановлен, повысив собственные продажи до 2,2 миллионов автомобилей (что еще ниже уровня 2014 г., в котором было реализовано 2,5 миллиона автомобилей), с 1,4 миллионов автомобилей, реализованных в 2016 г.

Динамика объема рынка автомобилей в Оренбургской области по типам автомобилей свидетельствует о том, что наблюдается рост объемов продаж автомобилей в Оренбургской области, наблюдается тенденция повышения продажи иномарок, и тенденция снижения продажи отечественных автомобилей.

Рост доли иностранных автомобилей продолжает наблюдаться, увеличение составляет 13,08 %.

В ценовом сегменте более предпочтительны автомобили от 500 тыс. до 1 миллиона рублей – 40,0 %, автомобили, стоимость которых до 500 тысяч рублей – 33,1 %, а также автомобили, стоимость которых от 1 до 2 миллионов рублей – 23,2 %.

Можно выделить следующие сценарии динамики автомобильного рынка в Оренбургской области:

1. Оптимистический. Произойдет существенное улучшение общего состояния российского автомобильного рынка.

2. Пессимистический. В 2018 г. инфляция составит 12 процентов (вместо запланированных 9 процентов), это приведет к ухудшению экономической обстановки, как в стране, так и повлечет сокращение спроса на рынке Оренбургской области.

Автомобильный российский рынок, в частности автомобильный рынок Оренбургской области, относится к товарным рынкам Российской Федерации, подверженным воздействию разных нелинейных факторов: безработица, высокий уровень налогообложения, доля скрытого

производственного объема, уровень монетизации, уровень наличия денежной массы и пр.

Для составления прогноза будут применяться методы математического моделирования, так как прогнозируемый объект – многомерная величина и он подвержен воздействию разнообразных факторов.

В третьей главе выпускной квалифицированной работы был осуществлен прогноз состояния автомобильного рынка в Оренбургской области, в результате чего можно сделать следующие выводы.

В процессе составления прогноза в настоящем исследовании для характеристики автомобильного рынка Оренбургской области было использовано число проданных автомобилей.

Для построения прогноза автор исследования взял временной ряд выпуска автомобилей за 2011-2016 гг. Анализ развития рынка показал, что на базе представленного временного ряда представляется возможным построение прогнозного значения числа выпущенных автомобилей в 2018 г. в Оренбургской области.

Для построения прогноза автомобильного рынка Оренбургской области нужно отобрать факторы, которые оказывают влияние на результативный объект.

Среди основных макроэкономических факторов, которые оказывают влияние на покупательную способность населения, прежде всего, можно выделить: инфляцию и экономически активное население.

Сущность инфляции состоит в том, что национальная валюта обесценивается по отношению к товарам, иностранным валютам и услугам, сохраняющим стабильность собственной покупательной способности.

Следующей важной формой макроэкономической нестабильности является уровень экономически активного населения.

Понижение уровня экономически активного населения является одной из макроэкономических проблем, которая оказывает влияние на каждого из нас.

Таким образом, прогнозная модель строилась на базе 2-х переменных, а именно:

- количество активного населения;
- уровень инфляции.

На базе выделенных факторов автором были разработаны условия прогнозирования, из которых самой большей вероятностью обладает оптимистический сценарий, в результате которого было определено, что в 2018 г. в Оренбургской области будет продано 112 тыс. автомобилей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 2015 Auto Industry trends. / PWC. [Электронный ресурс] URL: <http://www.strategyand.pwc.com/perspectives/2015-auto-trends> (дата обращения: 27.04.2017)
- 2 АСЕА. EU Economic Report. 2011. p.31 [Электронный ресурс] URL: <http://www.unctad.org> (дата обращения: 27.04.2017)
- 3 АСЕА. EU Economic Report. 2011. p.31 [Электронный ресурс] URL: <http://www.unctad.org> (дата обращения: 27.04.2017)
- 4 Auto labs. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autolabs.ru/automir/#ixzz3yOtg4FSg> (дата обращения: 27.04.2017)
- 5 BCG. Report «Winning the Localization Game». 2008. p.12
- 6 BCG. Report «Winning the Localization Game». 2008. p.20
- 7 BCG. Report «Winning the Localization Game». 2008. p.21
- 8 СААМ. [Электронный ресурс] URL: <http://www.caam.org.cn/english/>. (дата обращения: 27.01.2017)
- 9 China Statistical Yearbook. 2014. [Электронный ресурс] URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2014/indexeh.htm> (дата обращения: 12.03.2017)
- 10 European Commission. Responding to the Crisis in the European Automotive Industry // Communication from the Commission. 2009. P.27
- 11 Ibid. p.21
- 12 Impact of financial and economic crises on European industries: Compilation of briefing papers, Policy Department Economic and Scientific Policy // European Parliament. 2009. P.9
- 13 Klesty V. Geely signs \$1.8 billion deal for Ford's Volvo car unit / Reuters. 2010. [Электронный ресурс] URL: <http://www.reuters.com/article/2010/03/28/us-volvo-geely-idUSTRE62Q1F520100328> (дата обращения: 12.04.2017)

- 14 Klesty V. Geely signs \$1.8 billion deal for Ford's Volvo car unit / Reuters. 2010. [Электронный ресурс] URL: <http://www.reuters.com/article/2010/03/28/us-volvo-geely-idUSTRE62Q1F520100328> (дата обращения: 12.05.2017)
- 15 KPMG Concerned over Automotive Industry's View on Overcapacity // KPMG. 6th Annual Survey of the Global Automotive Industry. 2009. P.14
- 16 Kurczewski N. More Cars Are Coming From India/ India-Nytimes. 2011.
- 17 OICA. Production statistics. [Электронный ресурс] URL: <http://oica.net/category/productionstatistics/> (дата обращения: 09.05.2017)
- 18 OICA. Statistics. [Электронный ресурс] URL: <http://oica.net/category/production-statistics/> (дата обращения: 27.01.2017)
- 19 OICA. Statistics. [Электронный ресурс] URL: <http://www.oica.net/> (дата обращения: 09.04.2017)
- 20 OICA. Statistics. [Электронный ресурс] URL: <http://www.oica.net/> (дата обращения: 09.04.2017)
- 21 21 Reliability Index. Top 100 UK Cars. [Электронный ресурс] URL: <http://www.reliabilityindex.com/top-100> (дата обращения: 27.04.2017)
- 22 Shaker N. Internationalization Strategies of the Chinese Automotive Industry: Challenges and a Plan for Going Global. / University West. 2010. p.45
- 23 Sousanis J. World Vehicle population tops 1 Billion Units. / Wardsauto. 2011. [Электронный ресурс] URL: http://wardsauto.com/ar/world_vehicle_population_110815 (дата обращения: 27.03.2017)
- 24 Sturgeon T. Globalisation and the Threat of Overcapacity in the Automotive Industry // Massachusetts Institute of Technology, International Motor Vehicle Program. 1997. P.43
- 25 Summary of the Clean Air Act. [Электронный ресурс] URL: <http://www.epa.gov/lawsregulations/summary-clean-air-act> (дата обращения: 04.05.2017)

- 26 Ten Year Mission Plan for Development of the Indian Automotive Industry into a Global Hub, 2006, Ministry of Heavy Industries and Public Enterprises, Government of India www.dhi.nic.in/draft_automotive_mission_plan.pdf
- 27 UNCTAD. [Электронный ресурс] URL: <http://unctadstat.unctad.org/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения: 27.01.2017)
- 28 Автопром Бразилии. / Autolabs. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autolabs.ru/automir/brazil/> (дата обращения: 21.01.2017)
- 29 Агаева Л.К. Государственно-частное партнерство в социально-экономических процессах российской экономики: монография / Агаева Л.К., Анисимова В.Ю., Безлепкина Н.В., Гарькина Н.Г., Гоман И.В., Горчакова Е.В., Исупов А.М., Казяйкина С.А., Каширина М.В., Кононова Е.Н., Курносова Е.А., Мокина Л.С., Муругова Ю.И., Надеин Н.В., Невзоров О.Ю., Подборнова Е.С., Прыткова Н.И., Сараев Л.А., Стрижков А.А., Татарских Б.Я. и др. – Самара, 2015.
- 30 Агаева Л.К. Государственно-частное партнерство в социально-экономических процессах российской экономики: монография / Агаева Л.К., Анисимова В.Ю., Безлепкина Н.В., Гарькина Н.Г., Гоман И.В., Горчакова Е.В., Исупов А.М., Казяйкина С.А., Каширина М.В., Кононова Е.Н., Курносова Е.А., Мокина Л.С., Муругова Ю.И., Надеин Н.В., Невзоров О.Ю., Подборнова Е.С., Прыткова Н.И., Сараев Л.А., Стрижков А.А., Татарских Б.Я. и др. – Самара, 2015
- 31 Америка почти догнала Россию по возрасту автопарка. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/news/22335/> (дата обращения: 27.04.2017)
- 32 Анализ подержанных авто Электронный ресурс: https://www.avito.ru/samarskaya_oblast/avtomobili?utm_campaign Дата обращения: 25.04.2017г. Доступ свободный
- 33 Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века / Тюкавкин Н.М. // В сборнике: Динамические и

- структурные проблемы современной российской экономики: сборник научных статей / Под редакцией Н.М. Тюкавкина. - 2015. - С. 110-123.
- 34 Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века / Тюкавкин Н.М. // В сборнике: Динамические и структурные проблемы современной российской экономики: сборник научных статей / Под редакцией Н.М. Тюкавкина. - 2015. - С. 110-123.
- 35 Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века / Тюкавкин Н.М. // В сборнике: Динамические и структурные проблемы современной российской экономики: сборник научных статей / Под редакцией Н.М. Тюкавкина. - 2015. - С. 110-123.
- 36 Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века / Тюкавкин Н.М. // В сборнике: Динамические и структурные проблемы современной российской экономики: сборник научных статей / Под редакцией Н.М. Тюкавкина. - 2015. - С. 110-123.
- 37 Ананьев И. «Дизельгейт» год спустя. Что произошло с концерном Фольксваген. / Autonew.ru 19.09.2016 [Электронный ресурс] URL: <http://www.autonews.ru/autobusiness/news/1836410/> (дата обращения: 25.04.2017)
- 38 Ананьев И. «Дизельгейт» год спустя. Что произошло с концерном Фольксваген. / Autonew.ru 19.09.2016 [Электронный ресурс] URL: <http://www.autonews.ru/autobusiness/news/1836410/> (дата обращения: 25.04.2017)
- 39 Анисимова В.Ю. Развитие промышленных комплексов России в условиях вызовов XXI века: монография / Агаева Л.К., Анисимова В.Ю., Безлепкина Н.В., Васяйчева В.А., Манукян М.М., Арисова М.Б., Кононова Е.Н., Тюкавкин И.Н., Тюкавкин Н.М., Скорниченко Н.Н., Подборнова Е.С., Прыткова Н.И., Курносова Е.А., Оруч Т.А., Мельников М.А., Невзоров О.Ю., Моккина Л.С., Гоман И.В., Гоман К.И., Гарькина Н.Г. и др. – Самара, 2015.
- 40 Анисимова В.Ю. Развитие промышленных комплексов России в условиях вызовов XXI века: монография / Агаева Л.К., Анисимова В.Ю., Безлепкина

- Н.В., Васяйчева В.А., Манукян М.М., Арисова М.Б., Кононова Е.Н., Тюкавкин И.Н., Тюкавкин Н.М., Скорниченко Н.Н., Подборнова Е.С., Прыткова Н.И., Курносова Е.А., Оруч Т.А., Мельников М.А., Невзоров О.Ю., Мокина Л.С., Гоман И.В., Гоман К.И., Гарькина Н.Г. и др. – Самара, 2015.
- 41 Баранова С. Автомобильная промышленность в Латинской Америке / Latindex. 2011. [Электронный ресурс] URL: <http://latindex.ru/content/articles/5368/> (дата обращения: 12.04.2017)
- 42 Зарплата как элемент экономики / Тюкавкин Н.М. // Журнал экономической теории. – 2008. – № 3. – С. 140-144.
- 43 Зарплата как элемент экономики / Тюкавкин Н.М. // Журнал экономической теории. – 2008. – № 3. – С. 140-144.
- 44 Инфографика. Обеспеченность легковыми автомобилями в России выше, чем в среднем по миру. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/infographics/22658/> (дата обращения: 27.01.2017)
- 45 Инфографика. Обеспеченность легковыми автомобилями в России выше, чем в среднем по миру. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/infographics/22658/> (дата обращения: 27.01.2017)
- 46 Инфографика. ТОП 20 стран по автомобильному парку. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/infographics/18786/> (дата обращения: 27.04.2017)
- 47 Инфографика. ТОП 20 стран по автомобильному парку. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/infographics/18786/> (дата обращения: 27.04.2017)
- 48 Инфографика. ТОП 20 стран по автомобильному парку. / Автостат. [Электронный ресурс] URL: <http://www.autostat.ru/infographics/18786/> (дата обращения: 27.04.2017)
- 49 Искусство разработки и реализации стратегии: новое видение / Гресько А.А., Дзина Г.А., Рахманова М.С., Солодухин К.С., Тюкавкин Н.М., Хвостенко П.В., Цаплина Н.А. – Новосибирск, 2008. – Том Книга 3

- 50 Искусство разработки и реализации стратегии: новое видение / Греско А.А., Дзина Г.А., Рахманова М.С., Солодухин К.С., Тюкавкин Н.М., Хвостенко П.В., Цаплина Н.А. – Новосибирск, 2008. – Том Книга 3.
- 51 Методы оценки эффективности функционирования кластеров в промышленности / Тюкавкин Н.М. // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 3 (9). – С. 109-113.
- 52 Официальный сайт компании Honda. [Электронный ресурс] URL: <http://www.honda.co.ru/company/technology/technology-history/> (дата обращения: 04.05.2017)
- 53 Парковочный радар. Справочник Википедия [Электронный ресурс] https://ru.wikipedia.org/wiki/Парковочный_радар
- 54 Подборнова Е.С. Анализ рынка автомобилей в РФ (февраль 2017) // Актуальные вопросы экономических наук - № 57. – 2017. – с. 343.
- 55 Подборнова Е.С. Развитие методических подходов оценки конкурентоспособности / Е.С. Подборнова, Н.М. Тюкавкин // Общественные науки. – 2011. – № 6. – С. 386-393.
- 56 Полоцкий А. Прогноз: В 2013 году Россия станет главным авторынком Европы / РБК daily. 2012. [Электронный ресурс] URL: http://top.rbc.ru/spb_daily/25/12/2012/838297.shtml (дата обращения: 24.01.2017)
- 57 Распопова А. Лидерство Volkswagen утонуло в выхлопах. / Газета.ru. 26.10.2015. [Электронный ресурс] URL: http://www.gazeta.ru/auto/2015/10/26_a_7845689.shtml (дата обращения: 04.05.2017)
- 58 Составлено автором по OICA. Production statistics. [Электронный ресурс] URL: <http://oica.net/category/production-statistics/> (дата обращения: 09.04.2017); BP Statistical Review of World Energy 2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.bp.com/statisticalreview> (дата обращения: 09.04.2017); Federal Reserve Bank of St.Louis. Economic Research. [Электронный ресурс] URL: <http://research.stlouisfed.org/>

- 59 Составлено автором по: OICA. Production statistics. [Электронный ресурс]
URL: <http://oica.net/category/production-statistics/> (дата обращения:
09.03.2017)
- 60 Составлено автором по: OICA. Production statistics. [Электронный ресурс]
URL: <http://oica.net/category/production-statistics/> (дата обращения:
09.05.2017)
- 61 Составлено автором по: OICA. Sales statistics. [Электронный ресурс] URL:
<http://oica.net/category/sales-statistics/> (дата обращения: 09.04.2017)
- 62 Составлено автором по: OICA. Sales statistics. [Электронный ресурс] URL:
<http://oica.net/category/sales-statistics/> (дата обращения: 09.05.2017)
- 63 Составлено автором по: OICA. Statistics. [Электронный ресурс] URL:
<http://www.oica.net/> (дата обращения: 09.04.2017)
- 64 Составлено по СААМ. [Электронный ресурс] URL:
<http://www.caam.org.cn/english/>. (дата обращения: 27.01.2017)
- 65 Статистика уровня инфляции в РФ. [Электронный ресурс]. Доступ по ссылке:
<http://bhom.ru> Дата обращения: 10.05.2017. Доступ свободный.
- 66 Статистика Электронный ресурс:
https://www.autostat.ru/editorial_column/28697/ Дата обращения: 24.05.2017г.
Доступ свободный
- 67 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/27989/>
Дата обращения: 25.04.2017г. Доступ свободный
- 68 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 69 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 70 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 71 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный

- 72 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 73 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 74 Статистика Электронный ресурс: <https://www.autostat.ru/infographics/28564/>
Дата обращения: 25.04.2017 г. Доступ свободный
- 75 Статистика Электронный ресурс:
https://www.avito.ru/samarskaya_oblast/avtomobili?utm_campaign Дата
обращения: 25.04.2017г. Доступ свободный