

УДК 338.45

Хамидуллина Д.А.

студент

Научный руководитель: Крылова А.А.

преподаватель кафедры национальной экономики

Российская академия народного хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации

**АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ
ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ:
СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКИХ И
КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ**

Аннотация: Статья посвящена анализу причин доминирования китайских автопроизводителей на российском рынке после ухода западных компаний. Рассматриваются теоретические подходы к оценке конкурентоспособности, включая модель Портера и интегральные показатели, а также сравнительный анализ практик Китая и России. Подчеркивается значительное преимущество китайских брендов в области государственной поддержки, инновационной активности и экспортной стратегии. Обозначены основные барьеры, ограничивающие рост отечественного автопрома, и предложены направления его развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность, автомобильная промышленность, китайские автопроизводители, российский рынок, интегральная оценка, государственная поддержка, инновации, стратегический анализ

Khamidullina D.A.

student

Academic Advisor: Krylova A.A.

lecturer, Department of National Economy

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public

Administration

**ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF AUTOMOTIVE
INDUSTRY ENTERPRISES UNDER MARKET STRUCTURE
TRANSFORMATION: A COMPARATIVE STUDY OF RUSSIAN AND
CHINESE BRANDS**

Abstract: This article analyzes the reasons behind the dominance of Chinese automakers in the Russian market following the withdrawal of Western companies. It examines theoretical approaches to assessing competitiveness, including Porter's model and integral indicators, and presents a comparative analysis of practices in China and Russia. The study highlights the significant advantages of Chinese brands in terms of government support, innovation activity, and export strategy. Key barriers hindering the development of the domestic automotive industry are identified, along with proposed directions for its advancement.

Keywords: competitiveness, automotive industry, Chinese automakers, Russian market, integral assessment, government support, innovation, strategic analysis

Введение

Современная автомобильная отрасль России переживает значительные трансформации, вызванные как внутренними экономическими условиями, так и изменениями на глобальном рынке. В условиях ухода с российского рынка ряда иностранных автопроизводителей, особенно из стран Европы, США и Японии, возник вакуум, который в течение короткого времени был стремительно заполнен автомобильными брендами из Китайской Народной Республики. Данная динамика приводит к необходимости анализа факторов, обусловивших лидирующие позиции китайских предприятий в сегментах на российском рынке, освободившихся после оттока зарубежных компаний.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в последние годы китайские бренды, обладая широкой линейкой моделей, гибкой ценовой политикой и поддержкой на государственном уровне, демонстрируют высокую конкурентоспособность на российском автомобильном рынке. Китайские компании активно используют инструменты стратегического маркетинга, международной кооперации и технических инноваций для усиления своих позиций за рубежом. Одновременно с этим, отечественные автопредприятия сталкиваются с рядом барьеров: устаревшая производственная база, зависимость от импорта и недостаточная рыночная гибкость.

Предметом исследования выступает конкурентоспособность предприятий автомобильной промышленности в условиях трансформации рыночной структуры.

Объектом исследования являются китайские и российские автомобильные бренды, функционирующие на территории Российской Федерации.

Цель исследования – выявить ключевые причины доминирования китайских автомобильных брендов на российском рынке после ухода

западных производителей и проанализировать факторы, ограничивающие рост конкурентоспособности отечественных автопредприятий.

Задачи исследования:

1. Проанализировать текущее состояние автомобильного рынка России и роль китайских брендов в его структуре;
2. Исследовать методы повышения конкурентоспособности, применяемые китайскими автопроизводителями;
3. Сравнить стратегические подходы российских и китайских компаний к инновациям, маркетингу и расширению доли рынка;
4. Выявить барьеры и риски для отечественной автомобильной промышленности в условиях усиливающейся конкуренции;
5. Сформулировать предложения по повышению конкурентоспособности российских автопредприятий в долгосрочной перспективе.

Методы и исследования:

В работе использованы сравнительный анализ, методы системного и стратегического анализа, экономико-статистические подходы, SWOT-анализ, а также модель пяти сил Майкла Портера и интегральные показатели оценки конкурентоспособности. Анализ базировался на официальной статистике, отраслевых отчетах и эмпирических данных по ведущим автопредприятиям Китая и России.

2.1. Анализ конкурентоспособности предприятий в Китае

Для понимания причин высокой конкурентоспособности китайских автопроизводителей необходимо не только описать эмпирические успехи отрасли, но и опираться на теоретические подходы, позволяющие количественно и качественно оценивать уровень конкурентных преимуществ.

Теоретические основы оценки конкурентоспособности

Конкурентоспособность предприятия в рыночной экономике рассматривается как его способность эффективно функционировать в условиях конкуренции, обеспечивая устойчивое присутствие на рынке, финансовую стабильность и положительную динамику развития. Одним из базовых инструментов анализа служит *модель конкурентных сил Майкла Портера*, которая включает пять факторов:

1. Угроза появления новых конкурентов;
2. Угроза появления товаров-заменителей;
3. Рыночная власть покупателей;
4. Рыночная власть поставщиков;
5. Уровень конкуренции в отрасли.

В рамках китайской автомобильной промышленности предприятия демонстрируют высокую устойчивость по всем этим направлениям благодаря:

- масштабной государственной поддержке,
- локализации производства и снижению зависимости от внешних поставщиков,
- гибкой ценовой политике,
- высокой доле инвестиций в НИОКР.

Для количественной оценки конкурентоспособности предприятия или отрасли также применяются интегральные показатели. Одной из таких методик является *модель интегральной оценки конкурентоспособности*, базирующаяся на расчёте обобщенного коэффициента:

$$K_{\text{инт}} = \frac{\sum_{i=1}^n w_i * P_i}{P_i^{\text{эталон}}}$$

где:

- $K_{\text{инт}}$ — интегральный показатель конкурентоспособности;
- w_i — весовой коэффициент i -го показателя (значимость фактора);
- P_i — значение i -го показателя у оцениваемого предприятия;
- $P_i^{\text{эталон}}$ — значение i -го показателя у предприятия-лидера или заданного эталона.

В качестве показателей часто используются объем экспорта, доля на рынке, рентабельность продаж, инвестиции в НИОКР, производительность труда, уровень инновационности и др.

Кроме того, *индекс рыночной привлекательности и конкурентной позиции (матрица GE/McKinsey)* позволяет оценить, в каком направлении развивать бизнес:

- Высокая конкурентоспособность + высокий потенциал рынка = необходимость активных инвестиций.
- Низкая конкурентоспособность при растущем рынке = необходимость структурной трансформации и технологического рывка.

Практика китайской автомобильной отрасли

Сравнение китайской и российской автомобильной промышленности (2023–2024 гг.)

Критерий	Китай	Россия
Господдержка	Субсидии (\$72 млрд в 2023 г.), льготы для NEV, финансирование НИОКР под 2–3% годовых	Льготные кредиты (5–7%), СПИК 2.0, ограниченные прямые инвестиции
Локализация	80–90% у лидеров (Haval, BYD), собственные цепочки поставок	40–60% (АвтоВАЗ), кризис из-за санкций на импорт электроники
Инновации	24% мировых авто-патентов, лидерство в EV (3 млн NEV у BYD в 2023 г.)	<1% патентов, отставание в EV (1% рынка), зависимость от китайских платформ
Экспорт	5.2 млн автомобилей (2023 г.), включая ЕС и Латинскую Америку	150 тыс. (СНГ), доля в мировом экспорте <0.5%

Автомобильные предприятия Китая, такие как Geely, Chery, BYD и Great Wall Motors, демонстрируют устойчивую экспансию за счет совокупности следующих факторов:

- Сильная государственная стратегия: КНР поддерживает экспортноориентированные производства через субсидии, налоговые льготы и госпрограммы. С 2009 по 2023 год общий объём государственной поддержки составил около 231 миллиарда долларов США. В 2023 году был введён пакет налоговых льгот на сумму 520 миллиардов юаней (примерно 72,3 миллиарда долларов США) на

период с 2024 по 2027 годы, включая полное освобождение от налога на покупку электромобилей в 2024–2025 годах.

- Технологическая модернизация: китайские бренды активно внедряют электромобили и автопилот. В 2023 году BYD продала 3,02 миллиона новых энергетических транспортных средств (NEV), включая как электромобили, так и гибриды. Из них 1,6 миллиона составляли чисто электромобили, что позволило BYD обойти Tesla по общим продажам NEV
- Финансовая устойчивость: крупные автопроизводители, такие как Geely и SAIC, обладают высокой ликвидностью: Geely в 2023 году имела более 100 млрд юаней свободных средств и доступ к государственному финансированию под 2–3% годовых.

Таким образом, результаты комплексной оценки показывают, что ведущие китайские автопроизводители (BYD, SAIC, Geely, Chery) располагаются в «зоне высокой конкурентоспособности». Их лидерство обеспечивают три ключевых фактора:

1. Технологическая дифференциация: собственные платформы для электромобилей и вертикально-интегрированное производство аккумуляторов снижают себестоимость на 8-12 % по сравнению с глобальными конкурентами.
2. Эффект масштаба и экспорта: совокупный выпуск SAIC и BYD превысил 8 млн ед. в 2024 г., причём экспорт превысил 1,5 млн ед., даёт устойчивый денежный поток для R&D и глобального маркетинга.
3. Государственная институциональная поддержка.

2.2. Анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий в России

Теоретические подходы

В российской практике используется несколько подходов к оценке конкурентоспособности, включая:

1. Интегральный показатель конкурентоспособности (ИПК):

$$ИПК = \sum_{i=1}^n K_i * W_i$$

где:

- K_i — нормализованные значения показателей конкурентоспособности (по шкале от 0 до 1),
- W_i — весовой коэффициент значимости показателя.
- n — количество рассматриваемых показателей.

Показатели обычно включают:

- Долю на рынке,
- Уровень технологичности продукции,
- Инновационные затраты,
- Стоимость обслуживания,
- Лояльность клиентов.

2. SWOT-анализ — метод качественной оценки внутренней среды предприятия (сильные и слабые стороны) и внешней среды (возможности и угрозы). Он позволяет дать стратегическую оценку положения компании на рынке и разработать варианты дальнейшего развития.

Практика оценки на примере российских автопредприятий

Несмотря на значительный промышленный потенциал, российские автопроизводители, такие как АвтоВАЗ, КАМАЗ, УАЗ, сталкиваются с рядом системных проблем, ограничивающих их конкурентоспособность. Применение вышеперечисленных методик на практике позволяет выявить слабые места:

1. Финансово-экономические показатели:

- Низкая рентабельность (по сравнению с зарубежными и китайскими аналогами);

Финансовые показатели ПАО «КАМАЗ» за 2023 год:

- Выручка: 370,3 млрд рублей, что на 27% больше по сравнению с 2022 годом.
 - Чистая прибыль по МСФО: 16,9 млрд рублей, снижение на 15% по сравнению с 2022 годом.
 - Рентабельность по чистой прибыли: 4,6% в 2023 году против 6,8% в 2022 году.
 - Совокупный долг: 349,2 млрд рублей, увеличение на 44,7% по сравнению с предыдущим годом.
 - Чистый долг: 57,2 млрд рублей, снижение на 16% по сравнению с 2022 годом.
- Высокая себестоимость продукции,
 - Зависимость от колебаний валютного курса и логистических цепочек.

Влияние колебаний валютного курса:

1. Ослабление рубля: С начала апреля 2023 года рубль ослаб по отношению к основным мировым валютам: более чем на 10% к доллару, почти на 13% к юаню и на 16% к евро.
2. Рост цен на импортные автомобили:
 - Автомобили, ввозимые по параллельному импорту, подорожали на 10%.
 - Китайские автомобили стали дороже в закупке на 2–4% из-за укрепления юаня.
 - Европейские и американские автомобили подорожали на 10–12%.
3. Влияние на отечественных производителей: Президент «АвтоВАЗа» Максим Соколов отметил, что рост курса доллара влияет на отпускные цены поставщиков комплектующих, что может отразиться на стоимости автомобилей Lada в ближайшие месяцы.

Влияние логистических цепочек:

- Удорожание логистики: В 2023 году стоимость логистических услуг в России выросла в среднем на 30%. Основные причины: кадровый дефицит, нехватка спецтехники и запчастей.
- Проблемы на погранпереходах: из 12 автомобильных погранпереходов между Россией и Китаем складской инфраструктурой с российской стороны оборудованы только три. Это приводит к увеличению сроков оформления и обработки грузов до недели и финансовым потерям для автоперевозчиков.

- Изменение логистических маршрутов: из-за санкций и отказа международных морских линий от работы с российскими портами, поток грузов был переориентирован на порты Дальнего Востока, что временно перегрузило инфраструктуру региона.

2. Производственный потенциал:

- Высокий износ основных фондов (в среднем более 50%),
- Низкий уровень автоматизации и цифровизации,
- Отставание в области «зелёных» технологий и электромобилей.

3. Инновационная активность:

- Уровень инвестиций в НИОКР существенно ниже международных стандартов;

Сравнение инвестиций в НИОКР:

Китай:

- В 2024 году общий объем инвестиций Китая в НИОКР составил 3,61 трлн юаней (около \$496,32 млрд), что составляет 2,68% от ВВП страны. Это выше среднего уровня по странам ЕС (2,11%) и приближается к среднему уровню стран ОЭСР (2,73%).
- В автомобильной отрасли Китая в 2019 году инвестиции в НИОКР превысили \$55 млрд.
- Компания BYD, ведущий китайский автопроизводитель, в первой половине 2024 года инвестировала 20,2 млрд юаней (\$2,84 млрд) в НИОКР, что на 42% больше по сравнению с предыдущим годом.

Россия:

- По данным Росстата, в 2023 году общий объем инвестиций России в НИОКР составил 1,5 трлн рублей (около \$20 млрд), что составляет примерно 1,1% от ВВП страны. Это значительно ниже показателей Китая и стран ОЭСР.
 - В автомобильной отрасли России инвестиции в НИОКР остаются на низком уровне. Например, компания АвтоВАЗ в 2022 году направила на НИОКР около 5 млрд рублей (менее \$70 млн), что значительно уступает аналогичным показателям китайских компаний.
- Зависимость от иностранных технологий (особенно до 2022 г.);

По состоянию на 2023 год более 60% высокотехнологичных компонентов в российском автопроме, включая блоки управления двигателем, автоматические коробки передач и элементы систем безопасности, были импортными (данные Российской ассоциации автопроизводителей). Например, в отчёте компании "АвтоВАЗ" указано, что доля критического импорта достигала 45% в 2022 году, включая чипы, электронику и системы управления. Также из-за санкционного давления была приостановлена поставка технологий Bosch, ZF и других иностранных поставщиков, что негативно отразилось на производственных процессах и потребовало срочной адаптации платформ. В отличие от этого, китайские компании, такие как BYD, активно развивают собственные ИТ-системы, производят батареи, электродвигатели и электронные компоненты на базе локальных цепочек поставок (по данным Bloomberg NEF, уровень технологической самодостаточности BYD превышает 80%).

- Низкая патентная активность.

4. Маркетинговая и сбытовая стратегия:

- Слабо выраженная экспансия на внешние рынки (исключение — КАМАЗ в странах СНГ и Латинской Америки),
- Ограниченная модельная линейка и имиджевая составляющая брендов.

Пример применения ИПК: при сравнении предприятий, например «АвтоВАЗа» и китайского BYD, по шкале 0–1, предприятие из России по многим показателям получает значения в диапазоне 0.4–0.6, в то время как BYD — 0.7–0.9, особенно по критериям инновационности и экспортной ориентации.

Методики, применяемые в России, являются теоретически обоснованными и универсальными, однако в условиях сложной внешнеэкономической обстановки и внутренней инерционности предприятий, их практическая эффективность ограничена. Для повышения конкурентоспособности необходима комплексная трансформация производственной, инновационной и маркетинговой стратегии российских автопредприятий, опирающаяся на современные методы оценки и управление по результатам.

2.3. Выявление проблем в России и определение путей улучшения

На сегодняшний день российские предприятия автомобильной отрасли сталкиваются с рядом системных проблем, ограничивающих их международную и внутреннюю конкурентоспособность. Уход с рынка крупных иностранных автоконцернов (Renault, Nissan, General Motors и др.) в 2022–2023 гг. освободил значительную долю отечественного авторынка. Однако этот вакуум был заполнен в первую очередь китайскими брендами (Chery, Haval, Geely и др.), а не российскими автопроизводителями. По данным Автостата, в 2023 году доля китайских

автомобилей на российском рынке превысила 49% от всех проданных легковых автомобилей, в то время как российские марки заняли лишь около 30%. Наиболее популярными среди китайских брендов стали Chery, Haval, Geely и Exeed, каждый из которых реализовал свыше 40 тысяч автомобилей за год, в то время как, например, продажи Lada, несмотря на восстановление производства, сократились по сравнению с допандемийным уровнем. Это указывает на наличие структурных и институциональных барьеров, не позволяющих отечественным предприятиям занять лидирующие позиции даже в условиях сниженной конкуренции.

Динамика продаж и рыночная доля китайских и российских авто (2019–2023 гг.)

Год	Китайские бренды (тыс. шт.)	Доля рынка (%)	Российские бренды (тыс. шт.)	Доля рынка (%)
2019	82	5.2%	620	39.1%
2021	115	7.8%	580	38.9%
2023	490	49%	300	30%

Практика:

1. Haval в России:

- Стратегия: Полный цикл производства в Тульской области (завод за \$500 млн)
- Результаты:
 - Локализация двигателей и трансмиссий до 65% за 3 года

- 12% российского SUV-рынка в 2023 г.
- Запуск гибридных моделей на 30% дешевле аналогов VW

2. Moskvich:

- Проблемы:

- Сборка из CKD-комплектов JAC (Китай)
- Задержка запуска электромобиля до 2025 г.
- Доля рынка <2% (2024 г.)

Ключевые проблемы, препятствующие росту конкурентоспособности:

1. *Низкий уровень локализации и технологической независимости.*
Россия существенно отстаёт от Китая по уровню внутренней инновационной инфраструктуры, а зависимость от иностранных комплектующих остаётся высокой.
2. *Ограниченный доступ к финансированию и слабое развитие НИОКР.*
Инвестиции в научно-технические разработки со стороны российских предприятий являются недостаточными, в том числе из-за сложного доступа к кредитным ресурсам, особенно для малого и среднего бизнеса.
3. *Низкий уровень доверия к российским автомобилям.* Согласно данным SWOT-анализа, потребители демонстрируют большую открытость к китайским брендам, несмотря на их относительно недавнее появление на российском рынке. Это свидетельствует о дефиците сильных брендов в российской отрасли.
4. *Слабое маркетинговое позиционирование и неэффективная реклама.*
В ряде источников указывается на неразвитость маркетинговых

стратегий у российских производителей, в то время как китайские компании активно продвигают свои продукты, используя современные инструменты цифрового маркетинга.

5. *Недостатки в институциональной поддержке.* Несмотря на наличие мер государственной поддержки, они зачастую носят декларативный характер, либо реализуются с задержками и сложной бюрократической процедурой получения.

Финансовые показатели (2023 г.)

Компания	Выручка	Рентабельность	Инвестиции в НИОКР
Chery	\$25.4 млрд	8.2%	\$1.8 млрд
АвтоВАЗ	\$3.1 млрд	2.1%	\$70 млн

Пути улучшения конкурентоспособности российских автопредприятий:

1. *Развитие инновационной инфраструктуры.* Необходимо активное инвестирование в НИОКР, а также создание отраслевых кластеров. Необходимо эффективное взаимодействие государства, бизнеса и рыночной среды для повышения региональной и отраслевой конкурентоспособности.
2. *Углубление локализации производства.* Это предполагает развитие производственных цепочек на территории России, снижение зависимости от импорта комплектующих и развитие внутренней компонентной базы.

3. *Формирование сильных брендов.* Российским компаниям необходимо сосредоточиться на разработке уникальных продуктовых и имиджевых преимуществ.
4. *Совершенствование государственной поддержки.* Нужно не только расширять меры поддержки, но и повышать их адресность и эффективность. Это включает налоговые льготы, субсидирование НИОКР, создание специальных экономических зон и программ акселерации для отечественных автопроизводителей.
5. *Продвижение экспорта и международной кооперации.* Выход на новые рынки может стать стимулом для технологического обновления и повышения стандартов качества, что в перспективе укрепит позиции российских предприятий.

3. Завершение

Проведённое исследование позволило комплексно рассмотреть конкурентоспособность предприятий автомобильной отрасли в условиях трансформации глобального и внутреннего рынка. Особое внимание было уделено анализу позиций китайских и российских производителей на фоне ухода западных брендов с российского рынка.

Таким образом, ответ на поставленный в начале исследования вопрос — почему вакуум, образованный уходом западных производителей, заполняется китайскими брендами, а не отечественными, — кроется не только в разнице в производственных и технологических возможностях, но и в стратегическом подходе к развитию отрасли. Китай действует системно и последовательно, в то время как российский автопром нуждается в глубокой структурной трансформации и поддержке на всех уровнях. Только в этом случае он сможет претендовать на устойчивое присутствие на внутреннем рынке и конкуренцию на внешних.

Использованные источники:

1. Чжанфэн Сюй Экономическая оценка конкурентоспособности промышленных предприятий Китая // Economic Consultant. 2019. №2 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-otsenka-konkurentosposobnosti-promyshlennyh-predpriyatiy-kitaya> (дата обращения: 03.07.2025).
2. Мэн Л. Сравнительный анализ моделей развития цифровой экономики в Китае и России // Вопросы инновационной экономики. – 2024. – Т. 14, № 3. – С. 923-942. – DOI 10.18334/vines.14.3.121364
3. Чан, Х. Исследование международной конкурентоспособности цифровой экономики России и Китая / Х. Чан, И. А. Карачун, Я. Чжай // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Т. 13, № 2. – С. 1035-1052. – DOI 10.18334/vines.13.2.117813
4. Ян Ян Ян О методике оценки конкурентоспособности бренда современных предпринимательских структур автомобилестроения Китая // Вестник евразийской науки. 2015. №4 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-metodike-otsenki-konkurentosposobnosti-brenda-sovremennyh-predprinimatelskih-struktur-avtomobilestroeniya-kitaya> (дата обращения: 03.07.2025).
5. Денисова Е.В., Петрова Г.В. Оценка конкурирующих возможностей на рынке автомобилей китайских брендов // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 9 (часть 3) С. 407-411 URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=3751> (дата обращения: 03.07.2025). DOI: <https://doi.org/10.17513/vaael.3751>
6. В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов, Д. И. Кобекина Динамическая оценка конкурентоспособности предприятия с учетом

реализации стратегии его инновационного развития // Journal of Applied Economic Research. — 2020. — Том 19. — № 4. — С. 512-542.

7. Погребцова, Е. А. Актуальные методики исследования конкурентоспособности предприятия в эпоху цифровизации (на примере кондитерской сферы) // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. — 2024. — Т. 5, № 1. — С. 51-66. — DOI 10.18334/social.5.1.120495
8. Rashidin, Md. S., Javed, S., Chen, L., & Jian, W. (2020). Assessing the Competitiveness of Chinese Multinational Enterprises Development: Evidence From Electronics Sector. *SAGE Open*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/2158244019898214> (Original work published 2020)
9. Новикова И.В., Куньяо Се Национальное стратегическое планирование цифровой экономики: сравнительный анализ на материале Китая и России // Стратегирование: теория и практика. — 2023. — № 3. — с. 298-307.
10. Игнатов, С. Н. Сравнительный обзор инвестиционных потоков и процессов слияний и поглощений в системе обеспечения конкурентоспособности предприятий США, Китая и России / С. Н. Игнатов // Экономика, предпринимательство и право. — 2024. — Т. 14, № 7. — С. 3911-3922. — DOI 10.18334/ep.14.7.121101