

# ПРОБЛЕМЫ МИРОХОЗЯЙСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

## ОСОБЕННОСТИ ГЛОБАЛЬНЫХ ЦЕПОЧЕК СТОИМОСТИ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Н.А. Волгина, С.С. Возилова

Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, д. 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматриваются вопросы, связанные с функционированием глобальной цепочки стоимости (ГЦС) в автомобильной промышленности, которая формируется в отрасли на протяжении последних 30 лет. Авторы уделяют внимание особенностям построения ГЦС и спецификой управления в ней, подчеркивая что постепенно происходит переход от цепочки, управляемой производителем, к цепочкам, управляемым потребителем, что объясняется возросшей конкуренцией на мировом рынке автомобилей. В статье выявляются тренды, связанные с изменением отношений между основными производителями и поставщиками в рамках автомобильной ГЦС, которые сводятся к тому, что взаимодействие OEM-производителей с поставщиками становятся более тесными, причем на поставщиков разного уровня возлагаются различные функции с соответствующим уровнем ответственности. В статье также выявляются новейшие тренды географического размещения автомобильной промышленности, оценивается роль Индии и Китая в этом процессе. Делается вывод, что все страны оказывают государственную поддержку автомобильной отрасли с целью ограничить конкуренцию и поддержать национальных производителей в условиях кризиса.

**Ключевые слова:** глобальные цепочки стоимости (ГЦС), автомобильная промышленность, OEM-производители, цепочки управляемые производителем, цепочки управляемые покупателем, аутсорсинг, «дивертикализация», поставщики различного уровня, глобальная платформенная стратегия.

Автомобилестроение имеет важное значение для развития экономики многих стран мира, так как объединяет в себе многочисленные области хозяйства, начиная от металлургического производства и заканчивая новейшими современными технологиями в области электроники. Автомобильная промышленность создает большое количество рабочих мест в национальной экономике, в первую очередь на предприятиях с относительно квалифицированной рабочей силой, увеличивая таким образом темпы экономического роста в стране. Благодаря таким отраслям, как автомобилестроение, создается большая добавленная стоимость в совокупном валовом продукте стран, так как один доллар, затраченный в автомобилестроении, повышает ВВП в среднем на три доллара [1].

Производство легковых автомобилей в мире с 1970-х гг. выросло более чем в 3 раза, достигнув в 2014 г. 89,7 млн [2]. На сегодняшний день в создании одного автомобиля задействовано множество предприятий из различных стран и регионов мира, и весь процесс можно описать с помощью концепции глобальной цепочки стоимости (ГЦС). Одними из первых данный подход изложили в своей статье ученые-экономисты Г. Джереффи, Р. Каплински и Т. Стерджен. Они полагают, что глобальная цепочка создания стоимости включает в себя набор действий, которые требуются для того, чтобы «провести» продукт от идеи создания через различные фазы производства до доставки конечным потребителям и дальнейшей утилизации [3].

По мнению Джереффи и его коллег, такой подход обеспечивает эффективную основу для ответа на многие вопросы, касающиеся размещения различных видов производств в различных регионах мира. Благодаря анализу с позиций ГЦС в отраслях промышленности можно выявить три важнейшие особенности: каким образом географическое размещение и характер производственных и управленческих связей связаны с задачами и этапами производства в цепочке добавленной стоимости; каким образом рыночная власть распределяется в рамках цепочки стоимости, оказывая тем самым влияние на фирмы, входящие в цепочку; какую роль играют институты и правительство в выстраивании бизнес отношений и географическом размещении промышленности. Каждый из указанных трех элементов может способствовать объяснению и пониманию того, как развивается и будет развиваться та или иная отрасль промышленности (или услуг). Таким образом, концепция ГЦС позволяет политикам и исследователям осмыслить будущее происходящих процессов и выработать решения, соответствующие национальным интересам страны.

Впоследствии анализ глобальной цепочки стоимости стал проводиться на примере конкретных отраслей, в том числе и автомобилестроения. Наибольшее внимание данному вопросу уделили в своих работах такие ученые и экономисты, как О. Мемедовик и Дж. Хамфри [4]; Т. Стержн, Г. Джереффи и Й. ванн Биесброек [5; 6], а также С. Шмид и Ф. Гроше [7]. К сожалению, фундаментальные работы отечественных ученых в сфере цепочек стоимости автомобилестроения и роли в них России практически отсутствуют. В этой связи в данной статье будет предпринята попытка заполнить существующую нишу и предложить свой взгляд на особенности формирования цепочки стоимости в автомобилестроении. В статье будут затронуты такие вопросы, как взаимосвязь построения ГЦС и особенностей управления в ней, формирование ГЦС с различными уровнями и функциями поставщиков, новые тренды в размещении автомобилестроения, а также особенности государственной поддержки автомобильной отрасли в национальной экономике.

**Глобальные цепочки стоимости в автомобилестроении и особенности управления.** Г. Джереффи выделяет два вида управления цепочками создания стоимости: 1) цепочки, управляемые производителем (*producer-driven chain*); 2) цепочки, управляемые покупателем (*consumer-driven chain*). Управляемая производителем цепочка координируется сверху вниз, представляя вертикальную интеграцию; в основном это международные производственные фирмы, такие как General Motors

или IBM. По мнению Джереффи, производства, требующие больших капиталовложений и технологий, такие как электроника или автомобилестроение, должны управляться производителем. Однако в последние десятилетия данная тенденция стала меняться в связи с насыщением рынка автомобилями и стали появляться цепочки, управляемые потребителями, поскольку последние могут выбирать различные марки автомобилей в разных ценовых категориях, выбирать набор настроек, которые они хотят встроить в свой автомобиль, отказавшись от ненужных еще на стадии производства [8].

Как и во многих других отраслях, цепочку создания стоимости в автоиндустрии можно разделить на определенные этапы, в частности: проектирование, поставка сырья, поставка комплектующих, сборка, маркетинг, дистрибуция и продажи, а также активно развивающееся в последнее десятилетие послепродажное обслуживание. К этапу с высокой долей добавленной стоимости относятся проектирование, маркетинг, дистрибуция и продажи, к этапам со средней долей добавленной стоимости относятся поставки комплектующих и сборка автомобилей, наконец, поставка материалов и сырья представляют этап с низкой долей добавленной стоимости [9].

Существует тесная взаимосвязь между особенностями управления в цепочке поставок и спецификой той или иной отрасли. Так, автомобилестроение является традиционной отраслью с отработанными механизмами управления цепочкой поставок, которые тем не менее на протяжении десятилетий претерпевают постепенные трансформации. Организацию управления цепочкой поставок можно условно разбить на два уровня: первый верхний уровень отвечает за дизайн (проектирование), брендинг и окончательную сборку, на втором уровне осуществляется взаимодействие поставщиков первого уровня с большой сетью поставщиков и субподрядчиков более низкого уровня [10].

Концепция построения взаимоотношений с поставщиками является очень важной в цепочке стоимости. Взаимодействие с поставщиками начало меняться в 1980—1990-х гг., когда существенное влияние на западных автогигантов стала оказывать возросшая конкуренция со стороны Японии. Если изначально крупные автопроизводители были заняты сборкой автомобилей из компонентов и модулей, производимых на дочерних предприятиях (что давало возможность контролировать практически всю технологическую цепочку), то затем они стали передавать функции поставки тех или иных автокомплектующих сторонним организациям (аутсорсерам) по аналогии с деятельностью японских кейрецу. Как известно, кейрецу представляет собой сеть взаимосвязанных компаний, которые разделяют между собой капитал, научно-исследовательские разработки, клиентов, продавцов, дистрибьюторов [11]. Вертикальная кейрецу состоит из центрального производителя, которого обслуживают поставщики и их дистрибьюторы; все они тесно взаимосвязаны посредством производственных, технологических и финансовых уз [12]. Ярким примером вертикальной кейрецу служит компания Toyota со своей концепцией бережливого производства, разработанной исполнительным директором Тайити Оно.

В общем виде цепочка производства автомобиля в рамках производственной системы Toyota (TPS — Toyota Production System) представлена на рис. 1.

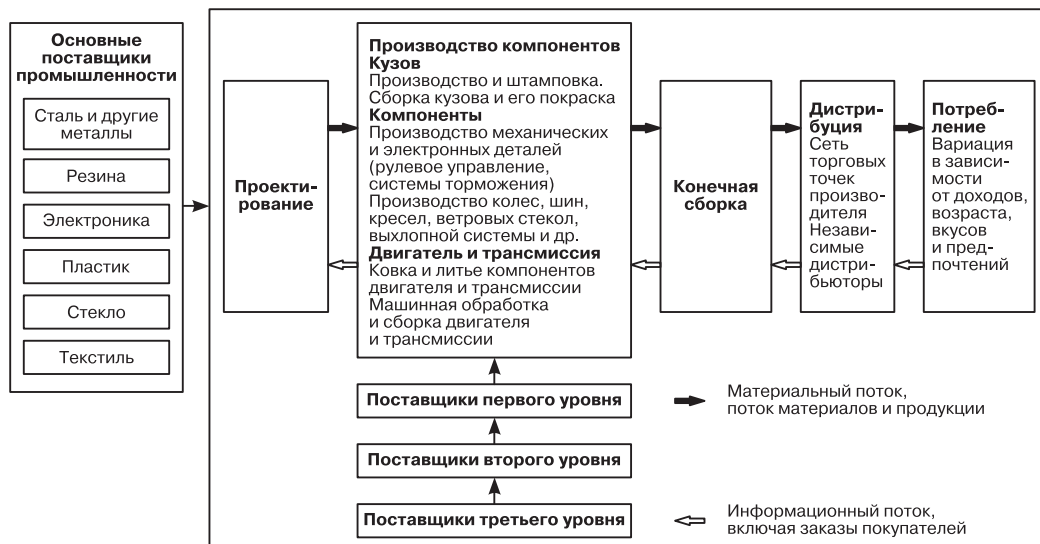


Рис. 1. Цепочка производства автомобиля

Источник: [13].

В центральной части рисунка отражено взаимодействие между сборщиками автомобилей и поставщиками компонентов, которые составляют от 50 до 70% стоимости автомобиля. Для конечной сборки автомобиля важны три основных процесса: производство кузова, двигателя, трансмиссии компонентов, которые могут быть выстроены в вертикально интегрированную цепочку. Западные автопроизводители стали активно внедрять основы TPS, постепенно отказываясь от фордистской бизнес-модели, в которой протяженность вертикально интегрированной цепочки намного длиннее за счет охвата в рамках одной компании поставщиков сырья, компонентов, конечной сборки машин и их дистрибуции [14]. В связи с тем, что произошел переход от фордистской модели к построению тесных связей с поставщиками и передачи им части функций с возложением на них большей ответственности, стали расширяться процессы так называемой дивертикализации (de-verticalization) автомобильной промышленности.

**ОЕМ-производители и многоуровневая система поставщиков в автомобилестроении.** OEM-производители оригинального оборудования в автомобилестроении — это изготовители конечного продукта для потребительского рынка, например, Ford или General Motors (1). В тесном взаимодействии с OEM-производителями работают поставщики различных уровней, которые в совокупности и образуют ГЦС. Компании 1-го уровня являются крупнейшими поставщиками различных компонентов для OEM, т.е. поставщики готовых систем, модулей для финальной сборки. Компании 2-го уровня — ключевые поставщики для компаний первого уровня. Компании 3-го уровня — поставщики простых деталей, материалов и сырья для поставщиков 2-го уровня [9]. На сегодняшний день поставщики 1-го уровня взяли на себя ответственность управления поставщиками 2-го уровня. С ростом значимости использования системы производства «точно-в-срок» (just-in-time production) и ужесточением системы контроля качества поставляемых

изделий (quality at the source) производители стали заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве с меньшим количеством поставщиков [4]. OEM-производители оценивают своих партнеров по следующим критериям: цена, качество, надежность поставок и эксплуатационные характеристики. Для поставщиков важно быть лучшими в своем классе (best-in-class), т.е. производить востребованные детали соответствующего качества в необходимом количестве за справедливую цену, поставить их в нужное место и точно в срок [15].

Согласно исследованию PriceWaterhouseCoopers «Консолидация поставщиков в автомобильной промышленности, 2014» в 2013—2014 гг. наблюдался значительный рост сделок по слияниям и поглощениям (211 сделок, 13%-ный рост по сравнению с 2013 г.), большинство из них совершалось в секторах по производству трансмиссии, ходовой части и наружных систем [16]. Значительная консолидация происходила в Северной Америке и Европе, 47 и 30% соответственно. Данная консолидация обусловлена желанием поставщиков соответствовать стратегии перехода OEM-компаний к стандартизации платформ, восстановлением автомобильной промышленности Европы, необходимостью следования новым тенденциям автоматически управляемых и экологичных автомобилей. Средняя стоимость сделок возросла практически на 25% и составила около 65 млн долл.

Обратим внимание на еще один важный этап в цепочке стоимости — производство комплектующих. Этот сегмент является ключевым в автомобилестроении, поскольку здесь происходит заметное увеличение добавленной стоимости на данном этапе в цепочке. Комплектующие детали — ветровые стекла, подушки безопасности, запасные части, шины и т.д. В автомобильной промышленности детали по степени готовности к сборке подразделяют на элементы, комплектующие, модули и системы [17]. Элемент — составляющая часть, монтаж которой еще не осуществлен. Комплектующие состоят из нескольких элементов и служат частью модуля или системы. Модуль — это самая крупная деталь в системе поставок элементы которой физически связаны, например приборная панель автомобиля.

Помимо выстраивания новых взаимоотношений с поставщиками автопроизводители стали повсеместно использовать стандартизованные платформы и модели автомобилей, чтобы сократить затраты на разработку, получать экономию на масштабах и упростить международную торговлю между географическими регионами, концентрируясь в конечном итоге на увеличении объемов продаж автомобилей. Так называемая глобальная платформенная стратегия (Global platform strategy), т.е. производство различных моделей автомобилей на одной базовой платформе, позволяет проводить унифицирование при одновременной дифференциации. В унифицированные компоненты обычно входит двигатель, подвеска, коробка передач, трансмиссия, выхлопная система с бензобаком, радиатор, балки и др., а дифференцируют модель за счет дизайна салона и кузова, различных бамперов, фар [17]. По оценкам Evaluateserve, 10 основных мировых производителей (General Motors, Volkswagen, Toyota, Nissan, Fiat, Ford, Renault, PSA PeugeotCitroen, Honda, Daimler) сократят количество платформ к 2020 г. на треть по сравнению с 2010 г., когда насчитывалось порядка 175 глобальных платформ. General Motors заявила, что сократит количество платформ с 30 в 2010 г. до 14 в 2018 г. [18].

Одновременно с повышением участия в международном производстве страны становятся более взаимозависимыми и более уязвимыми. Экономистами было установлено, что спад в торговле в 2008—2009 гг. происходил синхронно в странах, связанных цепочками поставок. По словам Р. Болдуина, глобальные цепочки стоимости служат каналом для быстрого распространения реальных и финансовых потрясений. Например, снижение спроса на конечный продукт может сразу же повлиять на потоки поставок промежуточных звеньев, особенно если контракты краткосрочные. Проблемы на кредитном рынке так же быстро могут каскадом прокатиться по всей цепочке, например, отказ импортеру в кредите может привести к уменьшению доступа к кредитованию продавцов в другой стране [19]. Падение спроса в 2008—2009 гг. со стороны развитых стран вызвало резкое падение торговли развивающихся государств в соответствующих сегментах. Здесь, правда, стоит отметить, что темпы падения существенно зависят от профиля страны и/или от структуры экспорта. Так, было доказано, что наиболее пострадали страны, у которых США импортировали автозапчасти и строительные материалы (падение в кризис на 50%) [19]. Например, падение спроса на американские автомобили ухудшило ситуацию автоиндустрии в США, а в Либерии привело к сокращению производства каучука для производства шин. Можно привести множество таких примеров.

**Новейшие тренды в размещении автомобилестроения: роль Китая и Индии.** За последние десятилетия в связи с изменением структуры автомобилестроения и развития системы многоуровневых поставщиков произошли существенные сдвиги в размещении данной отрасли. В настоящее время производство сконцентрировано в трех географических регионах — Европе, Азии и Северной Америке (рис. 2).

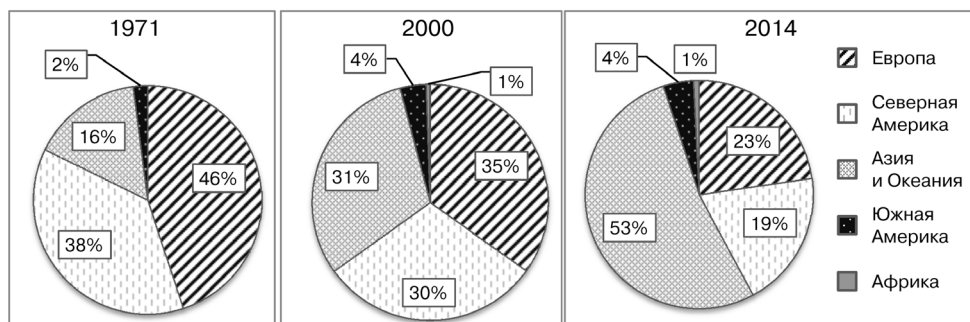
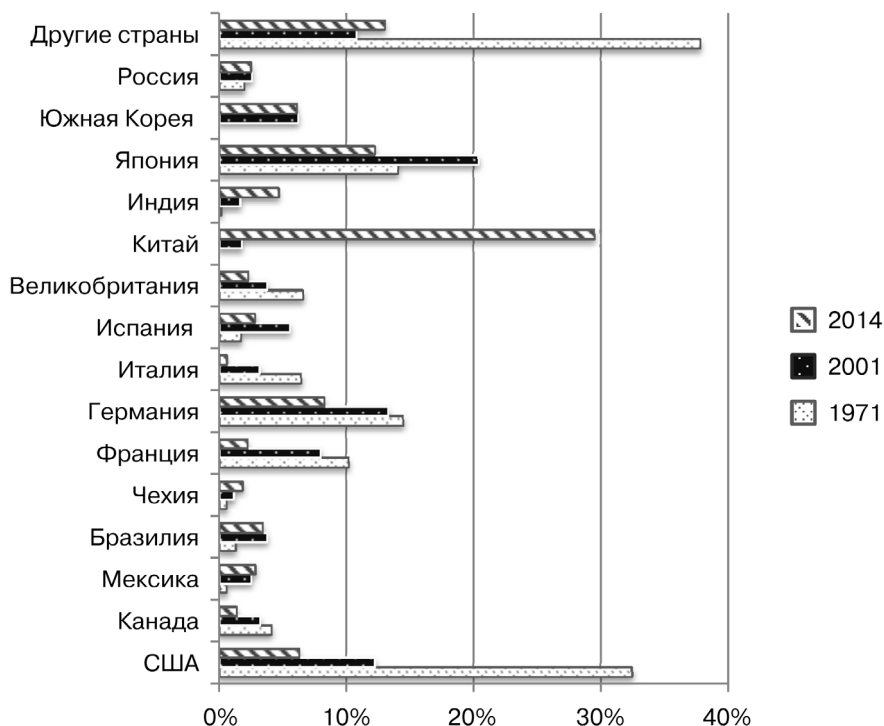


Рис. 2. Производство автомобилей в регионах мира в 1971, 2000, 2014 гг.

Источник: составлено авторами по [2] и [20].

При этом за период 1971—2014 гг. доля Северной Америки и Европы в мировом производстве легковых автомобилей снизилась в 2 раза — с 46 до 23%. Произошло это на фоне резкого роста автоиндустрии в Азии, в частности в таких странах, как Китай, Южная Корея и Индия, в том числе и во время кризиса. Доля региона Азия (включая Океанию) более чем за сорок лет увеличилась с 16 до 53%. Сильное влияние на формирование цепочек стоимости в автомобильной промышленности в отдельных регионах мира оказал быстрый экономический рост

ряда развивающихся стран, в первую очередь стран БРИКС, а также стран Восточной Европы, в особенности Чехии, Польши и Словакии (рис. 3).



**Рис. 3.** Изменение доли стран в мировом производстве автомобилей, 1971—2014 гг.

Источник: составлено авторами по [2] и [20].

Как правило, автомобильное производство организовывается на региональном или национальном уровне с концентрацией выпуска тяжелых и громоздких частей той или иной модели вблизи сборочных заводов с целью обеспечения своевременной и не очень дорогой доставки (например, двигателей, коробок передач, сидений и других внутренних частей). Более легкие и универсальные части производятся на расстоянии, чтобы использовать как конкурентное преимущество экономию на масштабах производства (например, шины и батареи), а также низкие затраты на оплату труда (например, ремни безопасности). Проектирование и развитие новых автомобилей располагается в нескольких дизайнерских центрах по миру, таких как Токио, Детройт, Шанхай и Штутгарт. В итоге местные, национальные и региональные цепочки стоимости в автомобильной промышленности сильно переплетены с глобальной организационной структурой и деловыми отношениями крупнейших фирм (в иностранной литературе используется термин «nested») [5].

Важнейшей тенденцией в размещении мировой автомобильной промышленности стало усиление роли Индии и Китая, где с начала XXI в. наблюдается существенный рост производства автомобилей в мире. Развитие автоиндустрии в этих странах было заложено еще в 1990-х гг., и уже к 2014 г. по сравнению с 2001 г.

количество произведенных автомобилей в Китае и Индии возросло в 28 и 5 раз соответственно, что привело к резкому увеличению доли этих стран в мировом производстве машин (см. рис. 3). Интересно, что данные государства использовали разные стратегии в достижении указанных результатов.

На начальном этапе создания автомобильного производства правительство Китая сосредоточило усилия на создании совместных предприятий и других формах взаимодействия с иностранными компаниями в целях облегчения заимствования технологий и активного вовлечения местных компаний в производственные процессы. Таким образом, автомобильная промышленность КНР сильно зависела от инвестиций со стороны зарубежных ТНК — как ведущих компаний, так и поставщиков. В результате за двадцать лет совместные предприятия с иностранным капиталом смогли не только перенять передовой дизайнерский и научно-технический опыт ведущих OEM, но и передать многие важные производственные, инженерные, маркетинговые и управленческие навыки отдельным лицам и независимым китайским компаниям, которые в настоящее время присутствуют в каждом сегменте автомобильной цепочки создания стоимости, что стало важным фактором сохранения темпов роста производства в кризисный и посткризисный период. Существенную роль в динамичном росте автомобилестроения сыграло вступление Китая в ВТО в 2001 г., после чего объемы производства выросли в течение двух лет в 2 раза, за пять лет в 5 раз, и к 2014 г. страна стала безусловными мировыми лидером, производя около 19 млн машин в год [2].

Что касается Индии, то страна с самого начала в большей степени, нежели любые другие развивающиеся страны, опиралась на лидирующие отечественные фирмы для продвижения автомобильной индустрии. Данный подход в существенной степени замедлил освоение лучших мировых практик, и со временем правительством были сняты инвестиционные ограничения на участие иностранных фирм. Вместе с тем рост доходов на душу населения в Индии шел медленнее, чем в Китае, поэтому иностранные компании не смогли принять на себя инвестиционные риски в Индии в таких объемах, как это произошло в КНР. За счет агрессивного инвестирования иностранными производителями в китайскую автоиндустрию показатели дефектов у китайских поставщиков значительно ниже по сравнению с индийскими поставщиками. В то же время быстрый прогресс индийская автомобильная промышленность смогла осуществить за счет того, что с самого начала местные фирмы присутствовали на каждом этапе разработки и производства транспортных средств, включая проектирование [19].

Выбранные Индией и Китаем стратегии повлияли на количество совместных предприятий в этих странах. По данным на 2001 г. среди крупнейших четырех автопроизводителей в Индии совместное иностранное производство было только с одной компанией Suzuki (рыночная доля на индийском рынке — 16,5%), в то время как в Китае на шесть крупнейших производителей приходилось совместные производства с Volkswagen (61,6%), Citroen (10,2%), Honda (7,2%), GM (8,2%) и Daihatsu (7,2%). На сегодняшний день в Индии представлены производства крупнейших мировых лидеров Hyundai, Honda, Toyota, Nissan, VW и др. Пока Индия концентрировалась на внутренних производителях, Китай успешно



начал экспортировать автомобили. По данным на 2013 г. экспорт автомобилей из Китая составил 46 млрд долл., что в 4 раза меньше индийского экспорта машин в размере 11 млрд долл. Доля китайского и индийского экспорта транспортных средств в мировом составила 3,4 и 0,8% соответственно, а например, на страны ЕС приходится около 48,7%, что означает, что европейские производители сохраняют за собой позиции наиболее конкурентных автопроизводителей [21]. Основными импортерами автомобилей из Китая являются Россия, Бразилия, Чили и Алжир [22]. Шри-Ланка, Алжир и страны Европы являются наиболее значимыми импортерами автомобилей для Индии [23].

Свою значимость в мировом производстве автомобилей Индия продемонстрировала, произведя самый дешевый автомобиль в мире TataNano стоимостью около 2000 долл. Благодаря кризису 2008—2009 гг. ведущие концерны Китая и Индии смогли поглотить западные компании с целью приобретения передовых инженерных и конструкторских знаний. Например, индийская TataMotors выкупила у Ford премиум бренды Land Rover и Jaguar, а китайская Geely приобрела концерн Volvo.

**Регулирование автомобильной отрасли на национальном уровне.** Автомобильная промышленность, несмотря на свой глобальный характер, в значительной степени регулируется национальными правительствами. Главную роль государство исполняет, определяя степень доступа иностранных фирм к внутреннему рынку, в том числе строительству производственных предприятий, а также устанавливая различные виды поддержки отечественным компаниям.

Что касается развитых стран, то кризис 2008—2009 гг. стал ярким подтверждением значимости автомобилестроения для национальной экономики: ни одна сфера (за исключением, возможно, банковской), не имела такого мощного вмешательства со стороны государства, как автомобильная. В США в целях сохранения этой крупнейшей отрасли обрабатывающей промышленности Конгрессом были выделены беспрецедентные суммы на поддержку данного сектора с целью погашения кредитов и обязательств компаний «большой тройки» (General Motors, Ford, Chrysler), часть из которых объявили о своем банкротстве. В Европе компаниям также была оказана помощь в виде кредитной поддержки и гарантий; вместе с тем для повышения продаж отрасли были предоставлены мотивирующие субсидии потребителям на утилизацию старых машин и приобретение новых более экологичных.

Анализируя итоги кризиса 2008—2009 гг., исследователи Т. Стерджн, Г. Джереффи и Й. ван Биесброек определили несколько основных причин заинтересованности правительства в поддержке автомобилестроения во время экономических спадов [5]:

— вмешательство государства считается возможным и управляемым. Благодаря существованию в отрасли четко структурированной цепочки создания стоимости (по иерархическому принципу) государство, поддержав лидирующие фирмы, генерирует бизнес вниз по цепочке для тысяч поставщиков;

— национальные правительства опасаются банкротств автогигантов в связи с последующей жесткой реакцией со стороны местных политиков, профсоюзов и

населения, регионально сконцентрировавшегося в соответствующем автомобильном кластере;

— стимулирование отраслевого спроса на автомобили рассматривается правительством в качестве способа стимулировать совокупный спрос. В данном случае инициируется политика подталкивания потребителей купить новый автомобиль раньше, чем предполагалось, даже если существующий еще в рабочем состоянии;

— стимулирование спроса на экологичные автомобили (в связи с обеспокоенностью относительно увеличения выбросов углерода и значимостью уменьшения потребления ископаемого топлива) побуждает государство увеличивать налоги на выброс CO<sub>2</sub>, повышать стандарты используемого топлива, а также выделять больше средств на финансирование НИОКР для развития новых технологий;

— решение проблем кредитования. Вследствие того, что во время кризиса ужесточаются условия кредитования, клиенты не могут получить финансирование транспортного средства и продажи резко падают. Автомобильные компании, в свою очередь, тесно переплетены с финансовыми институтами и при падении прибыли становятся неспособными, например, финансировать оборотный капитал в дилерских представительствах.

Благодаря данным исследованиям становится ясно, что, несмотря на публичные заявления о свободе конкуренции, правительства Северной Америки и Европы будут продолжать поддерживать своих производителей, не допуская большого количества иностранных промышленников на свою территорию. Развивающиеся страны уже достигли тех масштабов производства, что начинают создавать собственные центры разработок и дизайна. Наибольший успех во время кризиса имели корейские производители автомобилей, которые обладали значительным конкурентным преимуществом, прежде всего благодаря высоким стандартам качества, чего не хватало Китаю и Индии.

**Заключение.** Благодаря анализу автомобильной промышленности в рамках концепции ГЦС авторы пришли к выводу, что в течение последних 30 лет существенным образом изменились взаимосвязи между OEM-производителями и поставщиками: возникла многоуровневая система поставщиков с различными видами выполняемых функций в цепочке и соответственно с различной степенью ответственности. Произошли изменения и в географической локации автомобильной отрасли, в частности новейшим трендом стало смещение производственных мощностей из развитых страна в развивающиеся, в первую очередь в Китай, а также некоторые другие страны.

Отметим, что на формирование глобальных цепочек стоимости в автомобилестроении большое влияние оказывают внешние факторы, такие как общая экономическая ситуация в мировой экономике, колебания валютных курсов и цен на нефть, флуктуации бизнес-циклов, а также изменения в структуре и потоках международной торговли.

## ПРИМЕЧАНИЕ

(1) OEM — Original Equipment Manufacturers.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Кондратьев В.* Автомобильная промышленность: перспективы развития после кризиса. Сайт Перспективы. Октябрь 2010. — URL: [http://www.perspectivy.info/oykumena/ekdom/avtomobilnaja\\_promyshlennost\\_perspektivy\\_razvitija\\_posle\\_krizisa\\_2010-10-01.htm](http://www.perspectivy.info/oykumena/ekdom/avtomobilnaja_promyshlennost_perspektivy_razvitija_posle_krizisa_2010-10-01.htm)
- [2] Данные международной организации производителей автомобилей. Официальный сайт. — URL: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>
- [3] *Gereffi G., Humphrey J., Kaplinsky R., Sturgeon T.* Introduction: Globalisation, Value Chains and Development. Institute of Development Studies. 2001. P. 4.
- [4] *Humphrey J., Memedovic O.* The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries. UNIDO. 2003. 62 p.
- [5] *Sturgeon T., Biesebroek J.* Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries. A Global Value Chain Perspective. The World Bank. June 2010. 31 p.
- [6] *Gereffi G., Sturgeon T., Biesebroek J.* Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. Journal of Economic Geography. April 2008. 25 p.
- [7] *Schmid S., Grosche Ph.* Managing the International Value chain in the Automotive Industry. Bertelsmann Stiftung. 2008. 160 p.
- [8] Duke project on the automobile industry. 2007. — URL: <https://web.duke.edu/soc142/team1/valuechain.html>
- [9] *Volgina N.* The automotive value chain in Russia: Trends and Perspectives. Societal Studies. 2011. 123—138 p.
- [10] Mapping Global Value Chains. OECD. December 2012. 45 p.
- [11] Кейрецу (Keiretsu) — основная форма организации японской экономики. 2004. — URL: <http://economic-info.biz/kredit-banki-dengi/keyretsu-keiretsu-osnovnaya-forma-organizatsii-24902.html>
- [12] Группирование предприятий в Японии (вертикальные объединения кэйрецу). Отраслевой портал Logistics.ru. Август 2005. — URL: [http://www.logistics.ru/9/4/3/i20\\_26791p0.htm](http://www.logistics.ru/9/4/3/i20_26791p0.htm)
- [13] *Dicken P.* Global shift: mapping the changing contours of the world economy. 5th ed. 2007. P. 279.
- [14] *Мухаметова М.* Глобальные цепочки стоимости в мировом автопроме // Логистика. 2013. № 11. С. 26. — URL: [http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/24-27\\_1.pdf](http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/24-27_1.pdf)
- [15] *Leskova A.* Automotive supply chain outline. July 2012. 96-104 p. — URL: [http://pernerscontacts.upce.cz/26\\_2012/Leskova.pdf](http://pernerscontacts.upce.cz/26_2012/Leskova.pdf)
- [16] Consolidation in the Global Automotive Supply Industry 2014. PWC. 2014. 12 p.
- [17] *Добрынин Н.А.* Инновационные формы межфирменной кооперации в цепи «автопроизводитель-поставщик» // Материалы международной научно-технической конференции ААИ. 2010. 85—94 с. — URL: [http://www.mami.ru/science/mami145/scientific/article/s11/s11\\_16.pdf](http://www.mami.ru/science/mami145/scientific/article/s11/s11_16.pdf)
- [18] Platform Strategy will Shape Future of OEMs. Evalueserve. 2012. 13 p. — URL: [http://sandhill.com/wp-content/files\\_mf/evalueservewhitepaperplatformstrategywillshapefutureofoems.pdf](http://sandhill.com/wp-content/files_mf/evalueservewhitepaperplatformstrategywillshapefutureofoems.pdf)
- [19] *Cattaneo O., Gereffi G., Staritz C.* Global Value Chains in a Postcrisis World. The World Bank. 2010. 420 p.
- [20] National Transportation Statistics. U.S. Department of Transportation. Table 1-23. 2013. 505 p.
- [21] Данные ВТО. International Trade Statistics 2014. Table II.49 Leading exporters and importers of automotive products. 2013. — URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2014\\_e/its14\\_merch\\_trade\\_product\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its14_merch_trade_product_e.htm)
- [22] *Han Tang.* Chinese cars face tough times as export sales fall. 28.12.2014. — URL: <http://www.wautom.com/2014/12/chinese-cars-face-tough-times-as-export-sales-fall/>
- [23] 2014: Passenger Car Exports Fall Down Two-Wheelers Up. 11.01.2015. — URL: <http://profit.ndtv.com/news/industries/article-2014-passenger-car-exports-fall-down-two-wheelers-up-725576>

## LITERATURA

- [1] *Kondratiev V.* Avtomobilnaya promyshlennost: perspektivy razvitiya posle krizisa. Journal Perspektivy. October 2010. — URL: [http://www.perspectivy.info/oikumena/ekdom/avtomobilnaya\\_promyshlennost\\_perspektivy\\_razvitija\\_posle\\_krizisa\\_2010-10-01.htm](http://www.perspectivy.info/oikumena/ekdom/avtomobilnaya_promyshlennost_perspektivy_razvitija_posle_krizisa_2010-10-01.htm)
- [2] The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers data. Official website. — URL: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>
- [3] *Gereffi G., Humphrey J., Kaplinsky R., Sturgeon T.* Introduction: Globalisation, Value Chains and Development. Institute of Development Studies. 2001. P. 4.
- [4] *Humphrey J., Memedovic O.* The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries. UNIDO. 2003. 62 p.
- [5] *Sturgeon T., Biesebroek J.* Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries. A Global Value Chain Perspective. The World Bank. June 2010. 31 p.
- [6] *Gereffi G., Sturgeon T., Biesebroek J.* Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. Journal of Economic Geography. April 2008. 25 p.
- [7] *Schmid S., Grosche Ph.* Managing the International Value chain in the Automotive Industry. Bertelsmann Stiftung. 2008. 160 p.
- [8] Duke project on the automobile industry. 2007. — URL: <https://web.duke.edu/soc142/team1/valuechain.html>
- [9] Volgina N. The automotive value chain in Russia: Trends and Perspectives. Societal Studies. 2011. 123—138 p.
- [10] Mapping Global Value Chains. OECD. December 2012. 45 p.
- [11] Keiretsu — osnovnaya forma organizatsii yaponskoy ekonomiki. 2004. — URL: <http://economic-info.biz/kredit-banki-dengi/keyretsu-keiretsu-osnovnaya-forma-organizatsii-24902.html>
- [12] Gruppирование predpriyatii v yaponii (vertikalnye obedineniya keiretsu). Otrasleyevy portal Logistics.ru. August 2005. — URL: [http://www.logistics.ru/9/4/3/i20\\_26791p0.htm](http://www.logistics.ru/9/4/3/i20_26791p0.htm)
- [13] Dicken P. Global shift: mapping the changing contours of the world economy. 5th ed. 2007. P. 279.
- [14] *Muhametova M.* Globalnye tseppochki stoimosti v mirovom avtoprome. Journal Logistika. 2013. No 11. P. 26. — URL: [http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/24-27\\_1.pdf](http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/24-27_1.pdf)
- [15] *Leskova A.* Automotive supply chain outline. July 2012. 96-104 p. — URL: [http://pernerscontacts.upce.cz/26\\_2012/Leskova.pdf](http://pernerscontacts.upce.cz/26_2012/Leskova.pdf)
- [16] Consolidation in the Global Automotive Supply Industry 2014. PWC. 2014. 12 p.
- [17] *Dobrynin N.* Innovatsionnye formy mezhfirmennoy kooperatsii v tsepi «avtoproizvoditel-postavschik». Materialy mezhdunarodnoy nauchno-tehnicheskoy konferentsii AAI. 2010. 85—94 p. — URL: [http://www.mami.ru/science/mami145/scientific/article/s11/s11\\_16.pdf](http://www.mami.ru/science/mami145/scientific/article/s11/s11_16.pdf)
- [18] Platform Strategy will Shape Future of OEMs. Evalueserve. 2012. 13 p. — URL: [http://sandhill.com/wp-content/files\\_mf/evalueservewhitepaperplatformstrategywillshapefutureofoems.pdf](http://sandhill.com/wp-content/files_mf/evalueservewhitepaperplatformstrategywillshapefutureofoems.pdf)
- [19] *Cattaneo O., Gereffi G., Staritz C.* Global Value Chains in a Postcrisis World. The World Bank. 2010. 420 p.
- [20] National Transportation Statistics. U.S. Department of Transportation. Table 1-23. 2013. 505 p.
- [21] International Trade Statistics 2014. Table II.49 Leading exporters and importers of automotive products. WTO. 2013. — URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2014\\_e/its14\\_merch\\_trade\\_product\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its14_merch_trade_product_e.htm)
- [22] *Han Tang.* Chinese cars face tough times as export sales fall. 28.12.2014. — URL: <http://www.wautom.com/2014/12/chinese-cars-face-tough-times-as-export-sales-fall/>
- [23] 2014: Passenger Car Exports Fall Down Two-Wheelers Up. 11.01.2015. — URL: <http://profit.ndtv.com/news/industries/article-2014-passenger-car-exports-fall-down-two-wheelers-up-725576>

## **GLOBAL VALUE CHAINS IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY: MODERN TRENDS**

**N.A. Volgina, S.S. Vozmilova**

Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The article deals the issues connected with the functioning of global value chain in the automotive industry, which is developing in the sector during last 30 years. The authors pay their attention on the specific features of the structure in the automotive global value chain and its governance. The article stresses that there is a shift from a chain driven by producer to a chain driven by consumer, that could be explained the increasing competition in the world car market. The article also identifies some trends concerning relations between OEMs and their suppliers; these ties are becoming much more close and different level supplies are becoming responsible for different production functions with different levels of responsibility. The article also underlines new trends in geographical location of automotive industry with a special attention to China and India role in the process. The article concludes that all the government support automotive industry in order to limit competition and support local producers during crisis.

**Key words:** global value chains (GVC), automotive industry, producer-driven chain, consumer-driven chain, OEM, outsourcing, de-verticalization, automotive suppliers, global platform strategy.