



## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ PEST-АНАЛИЗА

А.Н. Лавренова, студентка 1 курса магистратуры, ИНОТЭКУ,  
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический  
университет»

В.Б. Горбунова, канд. экон. наук, доц., ИНОТЭКУ,  
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический  
университет»

Статья посвящена изучению методики прогнозирования перспектив развития предприятий автомобильной промышленности в России в современных условиях политической и экономической нестабильности. На основе изученных статистических индикаторов установлены ключевые факторы, оказывающие влияние на автомобильную промышленность в России, предложена схема проведения стратегического анализа деятельности предприятий, построенного на основе матрицы PEST.

*автомобильная промышленность России, комплексный экономический анализ, PEST-анализ, стратегическое планирование на предприятии*

Основной целью любого промышленного предприятия является получение стабильного дохода за счет реализации потребителям производимой продукции. Немаловажными факторами, способствующими достижению указанной цели, являются устойчивое развитие и стабильное функционирование предприятия, достижение запланированных производственных, финансовых и прочих результатов, своевременное исполнение социальных и экономических обязательств предприятия перед трудовым коллективом, собственниками и государством в целом.

Для эффективного управления предприятием используют инструменты финансового, управленческого, а также комплексного экономического анализа, в состав которого входит, в том числе, и рассматриваемый в данной статье инструмент стратегического анализа [1].

Цель стратегического анализа – изучить состояние внешней и внутренней среды предприятия в интересах выявления критических факторов стратегического успеха в целом и обоснованного выбора стратегии развития предприятия в частности. В экономике разработаны разнообразные модели стратегического анализа, наиболее распространенными матрицами являются такие, как SWOT, PEST, BCG, McKinsey и др.

Стратегическое планирование на предприятиях автомобильной промышленности носит долгосрочный характер, что обусловлено длительным циклом производства продукции [2]. В связи с этим, считаем целесообразным взять в основе настоящего исследования PEST-анализ, так как он является гибким и высокоинформативным инструментом долгосрочного стратегического планирования, позволяющим получить объективную событийную картину текущих процессов, выявить стратегические риски, на основе оценки политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды предприятия.

Ежегодный объем производства легковых автомобилей в России на протяжении последних нескольких лет показывает устойчивый рост. Согласно данным Международной организации производителей автомобилей (OICA), в 2017 г. было произведено 1 348 029 легковых автомобилей, что на 19,8 % больше по сравнению с объемом производства в 2016 г., а в 2018 г. рост по сравнению с предыдущим годом составил 15,9 % – 1 563 572 легковых

автомобилей. На рис. 1 отражена динамика производства легковых автомобилей в России за период с 2008 по 2018 гг.



Рисунок 1 – Динамика изменения объемов производства легковых транспортных средств в России с 2008 по 2018 гг. (составлено авторами на основе [3])

Из приведенного графика следует, что уровень объема производства легковых транспортных средств в России постоянно колеблется. Наибольший спад в рассматриваемом периоде наблюдался в 2009 г. на фоне мирового экономического кризиса, разразившегося в 2008 г. Следующий спад производства пришелся на период 2014-2016 гг., когда в стране разразился валютный кризис, связанный с резким снижением мировых цен на нефть и введением международных экономических санкций в отношении России. Сводный график динамики продаж транспортных средств в России за аналогичный период повторяет описанные выше тенденции (рис. 2).

### Продажи транспортных средств, тыс.шт.



Рисунок 2 – Динамика продажи транспортных средств в России с 2008 по 2017 гг. (составлено авторами на основе [3])

При этом в аналогичный период динамика производства легковых автомобилей на мировом рынке характеризуется устойчивым ростом (см. рис. 3).

Приведенный график демонстрирует падение объема мирового производства легковых транспортных средств лишь в кризисный период 2008-2009 гг., после чего наблюдается устойчивый рост данного показателя.

Вышеуказанные данные позволяют проследить зависимость динамики развития российской автомобильной промышленности от внешних факторов, политических и экономических.

Как отмечалось выше, PEST анализ нацелен на выявление политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые оказывают непосредственное воздействие на деятельность предприятия. Аббревиатура PEST построена из первых букв английских слов, называющих перечисленные выше показатели отрасли (Political, Economic, Social, Technological aspects). Таким образом, результат PEST анализа может быть представлен в виде матрицы, раскрывающей 4 группы ключевых воздействующих факторов [4].



Рисунок 3 – Динамика изменения объемов производства транспортных средств в мире с 2008 по 2018 гг. (составлено авторами на основе [3])

На рис. 3 представлена базисная схема построения PEST-анализа.

**Политические факторы.** Степень влияния законодательных инициатив на коммерческую сферу является ключевым показателем PEST-анализа. В свете данной группы факторов должно учитываться законодательство страны в сфере торговли, налогообложения, труда и охраны окружающей среды. Важную роль в развитии предприятия играют и такие аспекты, как торговые ограничения и политическая стабильность в стране в целом. Например, согласно данным Минпромторга России, повышению уровня продаж автомобилей в России и, соответственно, уровню производства в 2017-2018 гг. способствовало введение программ государственной поддержки автопрома «Семейный автомобиль», «Первый автомобиль», «Российский тягач», «Российский фермер», «Свое дело», основной целью которых являлось стимулирование спроса на внутреннем (российском) рынке [5].

Политические факторы подразделяются на три основных уровня: наднациональный, национальный и субнациональный.

**Экономические факторы** оказывают наиболее очевидное влияние на прибыльность и общую привлекательность рынка или отрасли. Наиболее распространенным экономическим показателем, используемым для национальной экономики или конкретного сектора промышленности, является валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения.

ВВП на душу населения является особенно полезным показателем для отраслей с высокой эластичностью спроса по доходам, к которым в том числе можно отнести автопром. Тем не менее, ВВП на душу населения дает лишь частичное представление об экономических факторах, которые могут оказать влияние на предприятие. Среди прочих, инфляция не только подрывает покупательскую способность потребителей, но и оказывает негативное влияние на стоимость сырьевых ресурсов и материалов, которые использует предприятие в процессе производства своей продукции.

Колебания валютных курсов могут привести к повышению или снижению цен на сырье и производимые товары. Повышение ставки налогообложения оказывает негативное влияние на доход потребителей. Высокий уровень безработицы, с одной стороны, подрывает уровень дохода домохозяйств, а, с другой стороны, открывает доступ к рынку более дешевой рабочей силы. Помимо перечисленных факторов, повышение банковских процентных ставок

оказывает влияние, как на потребителей, так и на инвесторов, что в конечном итоге отражается на деятельности предприятий. В качестве яркого примера влияния экономических факторов на автомобильную промышленность приведем резкое падение курса рубля вследствие валютного кризиса в России в 2014-2015 гг., в результате чего возросла стоимость импортируемого сырья и оборудования для производства транспортных средств, что привело к повышению цен на готовую продукцию. Также на фоне кризиса банки были вынуждены повысить процентные ставки кредитования, общая покупательская способность населения снизилась. Вкупе все эти факторы привели к снижению уровня продаж и, соответственно, сокращению объемов производства транспортных средств в стране [6].

### Базисная схема построения PEST- анализа

■ Политические факторы    ■ Экономические факторы  
■ Социальные факторы    ■ Технологические факторы

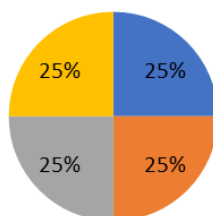


Рисунок 3 – Основополагающая схема построения PEST-анализа

Все вышеописанные факторы демонстрируют важность постоянного наблюдения за ключевыми экономическими показателями, оказывающими влияние на отрасль. Точно предсказать заранее, как будут развиваться события – непростая задача, в этом контексте предприятия могут стремиться ограничиться анализом только тех факторов, которые имеют решающее значение для их деятельности, не принимая во внимание более широкий спектр факторов.

**Социальные факторы** включают в себя поведенческие модели и подходы, вкусы и предпочтения потребителей, а также конкретный тип, форму и объем спроса на продукт или услугу.

Мониторинг социальных тенденций позволяет предприятию переориентировать свою продукцию в соответствии с изменяющимися ожиданиями клиентов.

К ключевым социальным факторам относятся следующие:

- демографическая ситуация в регионе, в стране в целом;
- образ жизни, базовые ценности клиентов компании;
- потребительское восприятие брендов, продуктов;
- покупательское поведение потребителей;
- влияние рекламы на потребительскую активность и восприятие продукта;
- уровень жизни в регионе, в стране в целом;
- расовые, этнические, религиозные взгляды.

В частности, уровень жизни в России является одним из факторов, побуждающим российских автопроизводителей проводить гибкую ценовую политику, выводить на рынок более доступный продукт по сравнению с иностранными конкурентами, разрабатывать проекты совместного участия с привлечением инвестиций зарубежных компаний, например, при сборке иномарок на заводах, построенных в России, с целью снижения конечной стоимости готовых автомобилей.

К технологическим факторам, оказывающим влияние на деятельность и развитие предприятия, относятся следующие:

- развитие оборудования, техники, программного обеспечения и бизнес-процессов;
- инновации в электронных процессах;
- инновации в разработке и проектировании продукта;
- новые каналы распространения (например, онлайн-торговля);
- инновации в ценообразовании (например, развитие электронных аукционов);
- развитие технологий, влияющих на дизайн продукта, производство, распределение, ценообразование и потребление.

Высокая скорость технологических изменений обусловлена инновациями, которые в свою очередь создают предприниматели, стремящиеся вывести свое производство на новый уровень. В высококонкурентной среде технологии устаревают быстро, в связи с чем любое конкурентное преимущество недолговечно. Результат технологических прорывов не всегда однозначен, и может проявиться в виде упадка некоторых отраслей, а также и виде возникновения новых возможностей.

Мировой автомобильный рынок подвижен и динамичен. В первую очередь, это связано с влиянием технологического прогресса, который привел к тому, что технологии, нацеленные на повышение безопасности автомобиля, экономию топлива, охрану окружающей среды и проч., находятся в постоянном развитии, затрудняя использование одного и того же автомобиля на протяжении длительного периода. Для стабильного и устойчивого развития российские предприятия автомобильной отрасли вынуждены развивать технологии производства в соответствии с мировыми стандартами, для устойчивой конкуренции важно сохранять стандарты качества и технологического соответствия готовой продукции наравне с иностранными производителями [7].

Давая оценку политическим, экономическим, социальным и технологическим факторам в рамках PEST-анализа, необходимо учитывать не только их фактическое состояние, но и прогнозировать возможные изменения каждого фактора на несколько лет вперед. Именно поэтому так важно при проведении анализа привлекать экспертов отрасли или сотрудников компании, которые плотно взаимодействуют с рынком.

Процесс проведения PEST анализа состоит из пяти основных этапов:

1. определение ключевых факторов, оказывающих влияние на деятельность и развитие предприятия;
2. изучение потенциального воздействия данных факторов на предприятие;
3. разделение изученных факторов на потенциальные угрозы и благоприятные возможности;
4. определение степени значимости каждого фактора;
5. разработка соответствующей стратегии.

На основе проанализированных фактов можно сделать вывод о том, что для построения прогноза перспектив развития предприятий автомобильной отрасли России на основе PEST-анализа особое внимание в первую очередь необходимо уделять политическим и экономическим факторам, поскольку их влияние ощутимо сказывается на автомобильной промышленности России в целом, что находит свое отражение в статистических данных по объемам выпуска и сбыта продукции. Безусловно, существенную роль играют также и описанные выше технологические факторы. Социальные факторы в общей картине занимают менее значимые позиции на фоне остальных, тем не менее построение стратегии предприятия на рынке страны без их учета неоправданно.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голов, Р.С. Организация производства, экономика и управление в промышленности / Р.С. Голов, А.П. Агарков, А.В. Мыльник. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 858 с.

2. Горбунова, В.Б. Методические аспекты управленческой деятельности в современных экономических условиях / В.Б. Горбунова // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. – № 3 (41). – С. 127-130.

3. Мировая автомобильная промышленность. Основные показатели / Международная организация производителей автомобилей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oica.net/category/production-statistics/2018-statistics/>.

4. Стратегический менеджмент: учебник / П.А. Михненко [и др.]. – Москва: Университет «Синергия», 2017. – 305 с.

5. Автомобильная промышленность и транспортное машиностроение в России. Основные показатели / Министерство промышленности и торговли Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/activities/industry/otrasli/avtoprom/>

6. Владимирский, И.В. Все автозаводы на карте СНГ: статистика производства легковых автомобилей в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://autoreview.ru/articles/statistika/map-2019>.

7. Фомичев, А.Н. Стратегический менеджмент / А.Н. Фомичев. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 468 с.

## FORECASTING PERSPECTIVE DEVELOPMENT OF THE AUTOMOTIVE INDUSTRY ENTERPRISES BASED ON PEST ANALYSIS

A.N. Lavrenova, magistrant,  
Kaliningrad State Technical University,  
e-mail: [yuliacherkasova@yandex.ru](mailto:yuliacherkasova@yandex.ru)

V.B. Gorbunova, Associate Professor,  
Kaliningrad State Technical University,  
e-mail: [gorbunova\\_v\\_b@mail.ru](mailto:gorbunova_v_b@mail.ru)

This article studies procedure of forecasting the prospects for the development of the automotive industry in Russia in current political and economic instability. Based on the statistical indicators, the factors that have the greatest impact on the automotive industry in Russia are identified, a scheme for conducting a strategic analysis based on the PEST matrix is proposed.

*automotive industry in Russia, comprehensive economic analysis, PEST analysis, strategic planning at the enterprise*