в каких условиях сегодня работают автомобильные дилеры?

особенности построения организационно-экономического механизма функционирования предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей

Аннотация

Предпринимательская деятельность регулируется особым организационно-экономическим механизмом, построение, оперативное функционирование и стратегическое развитие которого происходят в соответствии с общими целями экономического развития страны. В каких условиях сегодня работают автомобильные дилеры? Какую роль в их деятельности играет государственное и рыночное регулирование? Читайте об этом в статье.

Ключевые слова: предпринимательство, организационно-экономический механизм, продажа автомобилей, административное регулирование, рыночное регулирование, торговля, международная торговая политика

Сложившийся в настоящее время в России организационно-экономический механизм развития предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей можно представить как совокупность двух систем:

– системы управления предпринимательством (сфера организационно-административного регулирования на межгосударственном и национальном уровнях);

– системы мер и факторов экономического влияния на характер устойчивого развития предпринимательства (сфера рыночного регулирования).

Они совместно оказывают воздействие на интересы и мотивационные побуждения предпринимательских структур с целью обеспечения их устойчивого развития.

Кривенко А.А.
аспирант кафедры мировой экономики Ставропольского государственного аграрного университета
basilic@list.ru

российский рынок является привлекательным для иностранных автопроизводителей

Международная торговая политика

Межгосударственное регулирование в рамках организационно-экономического механизма функционирования предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей осуществляется в рамках:

– международной торговой политики;

– действий межгосударственных соглашений;

– развития совместного производства автомобилей и комплектующих;

– регулирования деятельности крупнейших автопроизводителей – транснациональных корпораций.

Международная торговая политика в настоящее время практически во всех сферах регулируется на основе унифицированных правил, вырабатываемых под эгидой Всемирной торговой организации (ВТО). Не является исключением и международный автомобильный рынок.

В настоящее время Правительство РФ может устанавливать таможенные пошлины на импортные автомобили и комплектующие независимо от требований ВТО. Так, принятое решение о повышении таможенных пошлин на ввоз в Россию иномарок с января 2009 г. противоречило двустороннему соглашению о вступлении России в ВТО. Однако такая мера была обусловлена намерением поддержать отечественных производителей автомобилей в условиях мирового финансового кризиса [1].

Протекционистская политика государства

На базе межгосударственных соглашений в настоящее время происходит развитие в России совместных производств автомобилей, запасных частей и комплектующих. Протекционистская политика по ограничению доступа иномарок на российский рынок как раз и подразумевает желание обеспечить благоприятные условия для развития автопрома внутри России, приток в нашу страну прямых иностранных инвестиций и новых технологий.

Развитие совместного производства автомобилей ведущих зарубежных марок на территории

разработано

России существенным образом корректирует сложившийся организационно-экономический механизм в сфере продажи автомобилей, формируя внутреннюю конъюнктуру рынка. Российский рынок сегодня по ряду причин является привлекательным для иностранных автопроизводителей в плане реализации дополнительных возможностей роста и повышения прибыли, которые уже не могут обеспечить насыщенные рынки Западной Европы и США.
В данных условиях отечественные производители с неэффективным производством, технологической отсталостью, низким качеством продукции и непривлекательными для большинства потребителей брендами должны изыскивать новые возможности для своего развития. Сегодня это невозможно без поддержки со стороны государства, в том числе и косвенными методами путем искусственного регулирования активности на внутреннем рынке их прямых конкурентов.

Организационно-административное регулирование в сфере продажи автомобилей

Организационно-административное регулирование предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей включает в свой состав:
– законодательное регулирование;
– действующую систему налогообложения;
– прямое и косвенное государственное субсидирование производителей и продавцов автомобилей;
– таможенно-тарифную и валютно-финансовую политику государства.
Законодательное регулирование предпринимательской деятельности в Российской Федерации включает в себя множество законов, так или иначе влияющих на деятельность бизнесменов. Комплексно учесть их все даже в отдельно взятой сфере представляется чрезвычайно затруднительным хотя бы потому, что отсутствует единый информационный источник, который содержал бы тематические подборки такого рода документов.

...рост конкуренции не приводит к улучшению соотношения цены и качества в сегменте отечественных автомобилей

Еще несколько лет назад в экономических, правовых и политических кругах нашей страны зародилась мысль о необходимости разработки и принятия единого «предпринимательского кодекса», который объединил бы в себе разрозненные нормативно-правовые акты, четко бы определил принципы и нормы российского предпринимательства. Однако эта справедливая идея до настоящего времени так и не получила реального воплощения [1].

Крайне важны для эффективного развития предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей таможенно-тарифная и валютно-финансовая политика государства. Оптимизация таможенно-тарифного регулирования определена в качестве одной из основных задач развития отечественной автомобильной промышленности еще в рамках совещания в г. Елабуге, проведенном председателем Правительства РФ В. Путиным в мае 2008 г.

С тех пор был принят закон по исключению уплаты двойного НДС при продаже автомобилей через систему trade-in[1], повышены пошлины на ввоз новых легковых и грузовых автомобилей. Кроме того, обнулены пошлины на ввоз тех видов оцинкованного проката, которые не производятся в России, но в которых нуждаются запускаемые в нашей стране автозаводы.

Конкуренция и дилерство

Рыночное регулирование непосредственно формирует макроэкономическую среду развития предпринимательства в сфере продажи автомобилей. Механизмы рыночного регулирования включают:

– конкуренцию среди хозяйствующих субъектов автомобильного рынка;

– ценообразование на автомобили, запасные части, комплектующие и расходные материалы;

– правила и особенности функционирования системы дилерства и системы непрерывных поставок;

– маркетинг и брендинг;

...у большинства дилерских структур есть четкий ряд марок автомобилей, с которыми они имеют право работать

[1] Обмен бывшего в эксплуатации автомобиля на новый или другой автомобиль с пробегом.

– кредитно-финансовую инфраструктуру и конъюнктуру валютно-финансового рынка.

Конкуренция на российском рынке в сфере как производства, так и продажи автомобилей в последние годы, очевидно, растет, что следует признать положительным фактором. Однако на практике рост конкуренции не приводит к улучшению соотношения цены и качества в сегменте отечественных автомобилей. Так, например, цена легкового автомобиля ВАЗ 21102 в 2009 г. превысила 9500 долл. (рост на 24% по сравнению с 2005 г.), но данный рост цены не сопровождался повышением качества.

Важными инфраструктурными особенностями организации предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей выступают система дилерства и система непрерывных поставок запасных частей, комплектующих и расходных материалов. Специфика дилерства состоит в том, что у большинства структур есть четкий ряд марок автомобилей, с которыми они имеют право работать.

Дилер производит предпродажную подготовку автомобилей, а затем – и их гарантийное обслуживание, то есть прохождение плановых техосмотров в течение гарантийного периода. В этой связи предприниматель обязан располагать не только торговыми и выставочными площадями, но и соответствующей технической базой для обеспечения предпродажного и гарантийного обслуживания [2].

Непрерывность поставок запасных частей для автомобилей, комплектующих и расходных материалов также имеет важное значение в данной сфере. Предпринимателю необходимо обеспечить и постоянно поддерживать на своем складе достаточно широкий ассортимент запчастей, комплектующих и расходных материалов. При этом необходимо учитывать и сезонность спроса.

...предприниматель обязан располагать не только торговыми и выставочными площадями, но и соответствующей технической базой для обеспечения предпродажного и гарантийного обслуживания автомобилей

Заключение

В целом предпринимательская деятельность по продаже автомобилей осуществляется в условиях, когда в сфере этого бизнеса имеется

ряд существенных нерешенных проблем разного плана:

1) нечеткая связь внешней политики России в сфере торговли автомобилями с принципами международной торговой политики и требованиями ВТО;

2) преобладание мер прямой поддержки конкурентоспособности национальных производителей автомобилей над мерами косвенного регулирования;

3) неконкурентное соотношение цены и качества отечественных автомобилей;

4) низкий уровень инновационности российского автомобильного производства.

Вышеперечисленные недостатки – только небольшая часть элементов, тормозящих сегодня эффективное развитие предпринимательства в сфере продажи автомобилей. Эффективное решение данных проблем – путь к успешному развитию всей отечественной экономики.

pn

Литература

1. Автомобильная промышленность: производство, реализация, потребительские споры. Правовой аспект. – М.: Альпина паблишер, 2009. – 148 с.
2. Москаев Ш.А. Дилерство как инновационный сегмент рыночной экономики России: особенности становления, механизмы развития и управления: диссертация ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Ростов-на-Дону, 2003. – 336 с.

Krivenko A.A.
Post-graduate student, Chair of World Economy,
Stavropol State Agrarian University

Special Features of Building Organizational and Economic Mechanism of Business Functioning in Car Sales

Abstract

Entrepreneurial activity is regulated by specific organizational and economic mechanisms, the building, operational performance and strategic development of which occur in accordance with the overall objectives of economic development of the country. What are the conditions in which car dealers are working today? What is the role of the state and market regulation in their business? These questions are discussed in the article.

Keywords: entrepreneurship, organizational and economic mechanism, car sale, administrative regulation, market regulation, trade, international trade policy