

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 13.09.2023 10:32:11

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические рекомендации

По выполнению практических работ обучающихся по дисциплине
«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО СЕРВИСА»

для студентов направления подготовки 43.03.01 - Сервис

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине **«Перспективы развития автомобильного сервиса»** рассмотрены и утверждены на заседании кафедры Транспортных средств и процессов, протокол №___ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

Д.К. Сысоев

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина **«Перспективы развития автомобильного сервиса»** занимает особое место в процессе формирования знаний бакалавров в области автомобильного сервиса. Для изучения последующих предметов, входящих в учебный план направления 43.03.01 Сервис, профиль подготовки: Сервис и управление в сфере транспорта, данная дисциплина является одной из базовых. Поэтому глубокие знания, полученные в

процессе освоения данной дисциплины, напрямую связаны с высоким качеством подготовки бакалавров.

Настоящее методическое пособие предназначено для проведения практических занятий по дисциплине **«Перспективы развития автомобильного сервиса»**, являющихся основой получения практических и закрепления теоретических знаний.

Практические занятия по дисциплине **«Перспективы развития автомобильного сервиса»** проводятся с целью привития студентам твёрдых знаний по устройству и принципу работы силовых агрегатов и трансмиссий автомобиля, и их электронных систем управления.

В данном методическом пособии приведены содержание и объём практической работы, а также методика их выполнения.

Формируемые компетенции:

Код	Формулировка
ПК-3	Готовность к организации и контролю качества и безопасности процессов сервиса, параметров технологических процессов с учетом требований потребителя

Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы:

Знать:

- передовой научно-технический опыт;
- тенденции развития технологий эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования;
- историю возникновения и развития отрасли в России и за рубежом;
- виды и типы автомобильного подвижного состава, и основные тенденции развития его конструкции в России и за рубежом

Уметь:

- анализировать передовой научно-технический опыт и тенденции развития технологий эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования
- анализировать тенденции развития технологий эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования
- оценивать технический уровень автомобилей по условиям применения перевозки грузов, пассажиров, безопасности дорожного движения и сравнивать их характеристики;
- определить технико-экономические показатели автомобиля на основе анализа технико-эксплуатационных качеств разных моделей автомобилей;

Владеть:

- способностью к анализу передового научно-технического опыта эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования
- способностью к анализу тенденций развития технологий эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования
- навыками интерпретации явления автомобилизации, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы при анализе аспектов и тенденций развития современной автомобилизации, предлагать собственные способы решения;
- информацией по основным направлениям комплексного развития транспортной

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
Практическая работа № 1	6

История и тенденции развития мировой автомобильной промышленности....	6
Практическая работа № 2	20
История и тенденции развития автомобильной промышленности в Японии	20
Практическая работа № 3	27
История и тенденции развития автомобильной промышленности в Южной Корее.....	27
Практическая работа № 4	34
История и тенденции развития автомобильной промышленности в Германии.	34
Практическая работа № 5	39
История и тенденции развития автомобильной промышленности в Италии.	39

Практическая работа № 1

История и тенденции развития мировой автомобильной промышленности.

Цель работы: изучение истории развития мировой автомобильной промышленности.

Актуальность темы: заключается в том, что тема напрямую связана с историей развития автомобильной промышленности.

Теоретическая часть:

Автомобилестроение, зародившееся в конце XIX в., принято относить к новым отраслям промышленности. Но среди этой группы отраслей оно продолжает играть совершенно особую роль. По масштабам влияния на мировое хозяйство в течение всего XX в. автомобилестроение, может быть, уступает только нефтяной промышленности. Вот почему по отношению к нему нередко употребляют определение типа «становой хребет», «локомотив», «барометр экономики».

Автомобильная промышленность — главная составная часть транспортного машиностроения. Более того, во многих развитых странах она обеспечивает от 5 до 10 % всего производства ВВП. Но значение ее выходит далеко за рамки транспортной подотрасли. Это объясняется, во-первых, тем, что автомобильная промышленность выступает в роли основного потребителя многочисленных видов продукции других отраслей (стали, алюминия, пластмасс, свинца, каучука, электронных изделий и т. д.). Во-вторых, тем, что с ней непосредственно связан автомобильный бизнес в широком смысле этого слова, включающий в себя сбыт и обслуживание автомобилей, строительство и ремонт автодорог и др. В-третьих, тем, что на протяжении большей части XX в. именно автомобильная промышленность находилась в авангарде научно-технического прогресса, а также прогресса в области организации труда и менеджмента. Так, именно она положила начало и фордизму, и постфордизму, ознаменовавшему новый технический переворот в развитии производства.

Неудивительно, что на протяжении всего XX в. мировое производство автомобилей постоянно возрастало. Перед Второй мировой войной в мире выпускалось примерно 4 млн автомобилей в год, в 1950 г. их производство превысило 10 млн, в начале 1960-х гг. выпускали уже 20 млн, в 1970 г. — 30 млн, в 1980 г. — 40 млн, в 2000 г. свыше 50 млн (рис. 82), а в 2005 г. — 66,5 млн. Из этого количества почти 4/5 приходится на легковые автомобили, а остальное — на грузовые и автобусы.

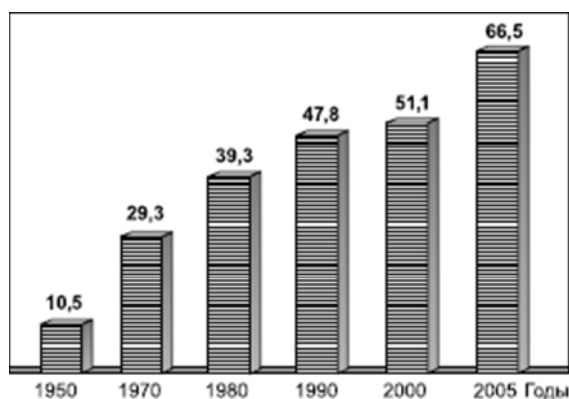


Рисунок - Динамика мирового производства автомобилей, млн шт.

Впрочем, чаще всего статистика учитывает только легковые автомобили, производство которых в мире составляло: в 1960 г. – 12,8 млн, в 1970 г. – 22,7 млн, в 1980 г. – 29,1 млн, в 1990 г. – 35,7 млн, в 2000 г. – 40 млн, в 2006 г. – 50 млн.

Основной тенденцией географических сдвигов в мировой автомобильной промышленности на протяжении XX в. было ее рассредоточение по все большему числу регионов и стран. Еще в 1950 г. в этой отрасли почти безраздельно господствовали США (83 % мирового производства), а 14 % приходилось на Западную Европу, но затем начался переход от такой моноцентрической территориальной модели ко все более полицентрической. В 1970 г. доля Западной Европы в мировом производстве легковых автомобилей увеличилась до 46 %, а Северной Америки уменьшилась до 32 %, началось также формирование третьего мирового центра автомобилестроения в Японии (13 %). В 1980-е гг. становление и укрепление этих трех ведущих центров в основном завершилось: в 1990 г. Западная Европа производила около 40 % всех легковых автомобилей, Япония – около 30 и Северная Америка – 20, тогда как на все остальные регионы и страны (СССР, Восточная Европа, Республика Корея, Бразилия и др.) приходилось 10 % их мирового выпуска.

Для 1990-х гг. стало характерным дальнейшее пространственное «растекание» автомобильной промышленности, что в первую очередь относится к Латинской Америке и Азии. В конце 1990-х гг. автомобильные и автосборочные заводы имелись уже в девяти странах Латинской Америки: в Бразилии, Аргентине, Мексике, Венесуэле, Колумбии, Эквадоре, Чили, Уругвае и Перу. Из стран Азии, помимо Японии, наиболее быстрыми темпами эта отрасль развивалась в Республике Корея и Китае, но она выросла также в Турции, Индии, Таиланде. В итоге к началу XXI в. суммарная доля трех главных центров в мировом производстве автомобилей еще более уменьшилась

(Западная Европа – 28 %, США – 22, Япония – 20 %), тогда как доля других регионов и стран возросла (Латинская Америка – 8 %).

Соответствующие изменения стали происходить и в составе первой десятки стран по производству автомобилей. Еще в 1970 г. в нее входили США, Япония, страны Западной Европы, Канада, Австралия и СССР, в

1990 г. десятую позицию заняла Республика Корея. К началу XXI в. Республика Корея поднялась еще на несколько «ступенек», а Бразилия и особенно Китай, также вошли в состав ведущих стран-производителей, в первую их десятку.

Таблица - Первые десять стран по производству автомобилей в 2005 г.

Страна	Производство, млн штук	
	Всего	В том числе легковых
США	12,0	4,4*
Япония	10,8	9,7
Германия	5,7	5,4
Китай	5,7	5,2
Республика Корея	3,7	3,5
Франция	3,5	2,7
Испания	2,8	2,1
Канада	2,7	1,6
Бразилия	2,5	2,1
Великобритания	1,8	1,4

* без легких грузовиков

Кроме того, более 1 млн автомобилей выпускают также Мексика (1,7), Индия (1,6), Россия (1,4), Тайланд (1,1) и Италия (1,0). В остальных странах их производят обычно не больше 300–500 тыс. Особо следует отметить сильный спад автомобилестроения в странах Восточной Европы (Болгария, Чехия, Сербия) и в странах СНГ (Белоруссия, Украина). Согласно прогнозам, в 2010 г. доля восьми ведущих западных держав в мировом производстве автомобилей может уменьшиться до 60 %.

С другой стороны, нужно учитывать и то, что развитые страны Запада, по словам Л. М. Синцера, «неохотно передают автомобилестроение на периферию мирового хозяйства». При этом они широко используют свое огромное превосходство в уровне монополизации этой отрасли: в число крупнейших автомобильных корпораций мира входят американские «Дженерал Моторс» и «Форд Мотор», японские «Тойота», «Ниссан», «Хонда», германский «Фольксваген», германо-американская «Даймлер-Крайслер», итальянский «ФИАТ», французские «Рено» и «Пежо-Ситроен».

Именно этим корпорациям, а также южнокорейской «Дэу» принадлежат основные мощности автомобилестроения и автосборки в странах Латинской Америки и Азии. В Бразилии, например, объем продаж контролируют автомобильные ТНК «Фольксваген», «ФИАТ», «Дженерал Моторс», «Форд Мотор», «Даймлер-Бенц», «Тойота», а в Аргентине к ним добавляются «Даймлер-Крайслер» и «Рено». Во второй половине 1990-х гг. борьба за передел мирового автомобильного рынка еще более обострилась. Она затронула и страны СНГ, в которых создали свои многочисленные филиалы «Форд Мотор», «Рено», «Дженерал Моторс» и другие зарубежные автомобильные компании.

Однако при прогнозировании развития и размещения мировой автомобильной промышленности нужно учитывать и то, что ныне на нее

оказывают влияние две в чем-то даже противоположные стратегии фордизма и постфордизма. Фордизм зародился в начале XX в. в автомобильной промышленности США, а наиболее долго и последовательно его применяли компании «Форд Мотор» и «Дженерал Моторс». Фордизм делает акцент на производство недорогих автомобилей из максимально стандартизованных узлов и деталей при минимальной их модификации. В этом случае материнская компания обычно включает в себя большое число дочерних компаний и филиалов, которые могут быть размещены по всему миру, образуя своего рода трансконтинентальные производственные цепи. В отличие от этого постфордизм (или тоётизм – по имени японской компании «Тоёта») делает ставку на максимально гибкие способы организации автомобильного производства – в смысле выпуска машин в нужное время и в нужном месте пусть даже в небольших количествах. Эта стратегия основана на широком применении компьютеризации, внедрении гибких производственных систем, сокращении числа комплектующих компонентов, но при увеличении числа разного рода модификаций, акценте на высокое качество и снабжении сборочных предприятий по системе «точно в срок». Уже имеющийся опыт свидетельствует о том, что при этой стратегии предпочтительнее размещать производство автомобилей в Центре мирового хозяйства, где легче организовать контроль и сбыт продукции, чем на его Периферии.

Автомобили – один из главных товаров мировой торговли. Экспортная квота автомобилестроения составляет примерно 40 %. А в первую тройку стран-экспортеров автомобилей входят: Япония, Германия и Франция. Впрочем, в последние годы к ним присоединился и Китай.

На развитие автомобильной промышленности России крайне отрицательно повлиял разрыв традиционных производственных связей после распада СССР и Совета Экономической Взаимопомощи. Но даже в условиях «шоковой терапии» начала 1990-х гг. этой отрасли в целом удалось сохранить основную часть производственных мощностей, так что и ныне ГАЗ в Нижнем Новгороде, АвтоВАЗ в Тольятти, КамАЗ в Набережных Челнах остаются крупнейшими промышленными предприятиями страны с количеством занятых от 80 до 95 тыс. на каждом. Тем не менее общее производство легковых автомобилей в России уменьшилось, а производство грузовых автомобилей и автобусов оказалось в состоянии затяжного кризиса. Резко сократился также экспорт автомобилей, но зато намного вырос импорт иномарок. Новые предприятия возникли во многих городах, но все это автосборочные заводы, рассчитанные на выпуск иностранных моделей. Об отставании отрасли от потребностей страны говорит и тот факт, что в России на 1000 жителей выпускают 20 легковых автомобилей, тогда как в Германии, во Франции, в Испании, Швеции, Канаде, Республике Корея – 40–50, а в Японии и того больше.

В настоящее время мировой рынок автомобилестроения представлен большим разнообразием торговых марок, производство осуществляется в различных странах и регионах мира, мировой рынок автомобильной

промышленности является одним из наиболее масштабных и развитых в современном мире.

В развитии мирового рынка автомобильной промышленности на сегодняшний день можно выделить несколько основных тенденций: возрастание роли развивающихся стран – производителей автомобилей, рост доли производства легковых автомобилей, укрупнение рынка и ужесточение конкуренции, переход на производство более экономичных и экологичных автомобилей.

В настоящее время, по всей видимости, производство автомобилей находится в стадии зрелости жизненного цикла. Насыщенность рынка проявляется в том, что производители предлагают большой выбор и, самое главное, большое количество машин. Предложение, по крайней мере в развитых странах, начинает превышать спрос. В связи с этим важнейшей экономической особенностью состояния мировой автомобилестроительной отрасли в настоящее время является относительно низкая норма получаемой в ней прибыли. Снижение экспортного спроса на автомобили в США и на других основных региональных рынках неизбежно оказывает негативное влияние на деятельность ряда автомобильных концернов. Некоторые из них уже приступили к сокращению объема выпуска своей продукции.

Вместе с тем несмотря на сложившуюся неблагоприятную ситуацию на мировом рынке автомобилей, автомобильные компании продолжают развиваться. Падение доходов вынуждает производителей автомобилей искать различные пути повышения эффективности своей деятельности. Они находят для своей продукции новые рынки сбыта и новые ниши, создавая тем самым дополнительный спрос.

Мировой рынок автомобилей характеризуется широкой диверсификацией, которая проявляется в наличии огромного выбора автомобилей самых различных марок, отвечающих требованиям самых различных групп потребителей. Автомобилестроители пытаются угодить вкусам буквально всех существующих категорий покупателей: молодым и пожилым людям, защитникам окружающей среды, инвалидам, малообеспеченным слоям населения и т. д. В результате появляются модели, отвечающие вкусам даже самых небольших групп покупателей. Так, например, емкость небольшого сегмента очень дорогих лимузинов на мировом рынке автомобилей оценивается специалистами примерно в 8 тысяч автомобилей в год. Ориентация на самые различные группы потребителей приводит к тому, что производство все больше ориентируется на выпуск ограниченного количества автомобилей определенной модели. Предполагается рост производства полуфабрикатов, которые обретут окончательный вид по индивидуальному заказу покупателя.

Важнейшей особенностью мирового автомобильного рынка является наличие высочайшей конкуренции цен и качества выпускаемых автомобилей. В настоящее время этот рынок представлен ограниченным числом фирм, и можно утверждать, что он фактически сформировался. Еще несколько лет назад 70% мирового автомобильного рынка контролировали

полтора десятка компаний, а сегодня ведущих компаний на этом рынке осталось менее десяти, а точнее шесть. Ниже перечислены шесть ведущих автомобильных корпораций мира с указанием доли мирового рынка четырех лидирующих компаний по состоянию на 2007 г.:

1. GeneralMotors (США) «Опель» «Сааб», доля мирового рынка 14,9%;
2. Ford (США) «Мазда» «Ягуар», доля мирового рынка 12,8%;
3. Toyota (Япония), доля мирового рынка 8,9%;
4. Volkswagen (Германия) «Ауди» «Роллс-Ройс», доля мирового рынка 7,9%;
5. Renault-Nissan (Франция – Япония);
6. DaimlerChrysler (Германия – США). [22]

Что касается крупных компаний второго эшелона, на долю каждой из которых приходится от 3 до 5% мирового рынка, — Peugeot, Fiat, Hyundai, Honda, Mitsubishi, — любая из них в ближайшее время может быть куплена компанией первого эшелона. [22] Подобные сделки могут привести к некоторому переделу рынка, но в основном структура мировой автомобильной промышленности уже сложилась.

Следует отметить, что в поведении конкурентов на рассматриваемом рынке наблюдаются весьма заметные изменения, которые проявляются в первую очередь в двойственном характере их поведения. С одной стороны, обострение конкуренции ведет к росту агрессивности в поведении предприятий по отношению к своим конкурентам. Например, компания «Фольксваген» находится в состоянии билей компактного класса. С другой стороны — эти же предприятия выступают в союзе в других секторах рынка, например, в разработках крупнолитражных автомобилей.

Жесткая конкуренция на мировом автомобильном рынке вынуждает его участников идти по пути интеграции и концентрации. В период 2000 – 2007 гг. было зафиксировано около 20 крупных сделок, в том числе по приобретению таких известных фирм, как «Ровер», «Роллс-Ройс», «Ламборджини» и «Киа». Компания «Форд» купила значительный пакет акций в подразделении шведской компании «Вольво», специализирующейся на выпуске грузовых автомобилей, а «Рено» объявила о покупке контрольного пакета акций «Ниссан».

2008 год для автомобильной промышленности стал испытанием на прочность. Рост цен на нефть и настойчивая необходимость экономии топлива; ужесточение экологических требований и дестабилизация на финансовых рынках; изменения в потребительских предпочтениях и проблемы с ликвидностью, — множество возникших проблем привело к существенным изменениям на мировом рынке автомобильной промышленности.

Реалии стагнации зрелых рынков вынуждают автопроизводителей фокусироваться на реструктуризации, сокращении объемов производства и/или снижении цен. В такой ситуации все большую долю рынка завоевывают развивающиеся страны, затраты на производство в которых существенно ниже, чем в развитых. Например, в Северной Америке

рыночная активность смещается к южно-восточным Американским штатам и Мексике. Так, в период 2000-2007 гг. объемы американской легкой промышленности сократились на 1,4 млн. единиц; однако есть и другие оценки спада – порядка 2,85 млн единиц. [22] В Европе автомобилестроение смещается на восток, в новые государства-члены ЕС в Центральной и Восточной Европе. Таким образом европейские автогиганты пытаются справиться с падением продаж, ростом затрат на сырье, прессом со стороны азиатских автостроителей и падением цен на автомобили.

Основными источниками стратегических проблем автопроизводителей в современном мире становятся законодательные ограничения и обострение отраслевой конкуренции. Но помимо прочего автомобильным компаниям не дают расслабиться целый ряд фактов как краткосрочного, так и долгосрочного характера. Экономия топлива, ограничения по CO₂, инициативы повторного использования отходов, изменения потребительских вкусов, подорожание содержания транспортных средств, рост затрат на комплектующие и управление цепями поставок, – все эти факторы, хотя и в разной степени, будут определять конкурентоспособность рыночных игроков.

Устойчивое развитие автомобильной промышленности – это пока недостижимое будущее. Однако его контуры уже сейчас пытаются предугадать специалисты. По оценкам экспертов PricewaterhouseCoopers, сейчас для отрасли приобретает актуальность систематизация проблем и поиск путей выхода из кризиса. [17, с. 41] Ключевая цель – адаптация отрасли к ограничениям, налагаемым обществом, и связанная с этим необходимость соблюдения всех технических и технологических стандартов. Однако давление экологических требований – не просто дань справедливости, именно в этой области бизнес-консультанты советуют искать широкие горизонты для развития. Эксперты утверждают, что новые источники прибыли и конкурентоспособных преимуществ получают только те компании, чьи подходы к бизнесу повлекут за собой производство безопасных, удобных, простых транспортных средств. Но помимо производства требуемых на рынке автомобилей не менее важное значение приобретает и реализация произведенной продукции. В условиях кризиса и жестокой конкуренции особенно большое значение придается проведению маркетинговой политики, стимулированию сбыта, а в их рамках – рекламе автомобильной продукции.

Машиностроение — главная отрасль мировой промышленности. Развитие машиностроения во многом определяет в целом уровень развития той или иной страны. В этой отрасли наиболее заметен разрыв между развитыми и развивающимися странами. Общие особенности машиностроения: Машиностроение занимает первое место среди отраслей промышленности по стоимости продукции. На него приходится около 35% стоимости мировой промышленной продукции. Среди отраслей промышленности машиностроение — наиболее трудоемкое производство. Оно занимает первое место по числу занятых (80 млн. чел.). Особенно

высокой трудоемкостью отличаются приборостроение, электротехническая и аэрокосмическая промышленность, атомное машиностроение и другие отрасли, выпускающие сложную технику. В связи с этим одним из главных условий размещения машиностроения является обеспечение его квалифицированной рабочей силой, наличие определенного уровня производственной культуры, центров научных исследований и разработок. Близость к сырьевой базе важна лишь для некоторых отраслей тяжелого машиностроения (производство металлургического, горно-шахтного оборудования, котлостроение и др.). Машиностроение – одна из самых наукоемких отраслей промышленности. Достижения НТП внедряются прежде всего в производствах данной отрасли. Машиностроение имеет самый сложный отраслевой состав (более 300 различных производств), который постоянно меняется. Новейшие отрасли быстро переходят в новые, а затем становятся уже старыми. В мире имеется громадный спрос на продукцию машиностроения, который постоянно увеличивается. Машиностроение имеет самый большой, постоянно расширяющийся ассортимент выпускаемой продукции (несколько миллионов наименований). При этом продукция отрасли различна по массовости выпуска (например, самолетов – около 1 тыс. в год, металлорежущих станков – 1,2 млн, тракторов – 1,3 млн, автомобилей – 40-50 млн, электронной техники – 150 млн, часов – 1 млрд штук). Различные отрасли машиностроения предъявляют различные требования к сырью. При этом наблюдается тенденция уменьшения доли продукции черной металлургии и увеличения доли продукции цветной металлургии и химической промышленности. Машиностроение занимает ведущее место в международных экономических связях (38% от стоимости всех товаров международной торговли). Например, машиностроение обеспечивает 2/3 экспорта Японии и ? экспорта таких стран, как США и Германия. Машиностроение в наибольшей степени способствует углублению специализации и кооперации в мировом хозяйстве. Отраслевой состав машиностроения

Машиностроение подразделяется на три группы: 1. Общее машиностроение, включающее станкостроение, тяжелое машиностроение, сельскохозяйственное, атомное машиностроение и др. отрасли. Общее машиностроение выделяется следующими свойствами: разнообразие продукции от штучных (атомный реактор) до массовых; разнообразие связей с другими отраслями промышленности и сельского хозяйства. 2. Транспортное машиностроение – вторая по значимости отрасль машиностроения, продукция которой часто имеет двойное назначение (гражданское и военное). Характеристика основных подотраслей транспортного машиностроения: Автомобилестроение – ведущая отрасль транспортного машиностроения: ежегодно выпускается 60 млн автомобилей, 40 % из которых идет на экспорт; в отрасли занято около 60 млн. человек; 75 % автомобилей – легковые; 25 % — грузовые, из которых много малотоннажных, специальных автомобилей и автобусов; высокая степень концентрации отрасли (90 % автомобилей выпускают 10 крупнейших компаний, самыми крупными из которых являются: Дженерал Моторс

(США), Форд (США), Тоёта (Япония), Фольксваген (Германия), Даймер Крайслер (Германия — США), Фиат (Италия), Рено (Франция). Авиаракетно-космическая промышленность — вторая отрасль транспортного машиностроения. Отличительные черты: высокая наукоемкость; продукция отрасли выпускается только крупными фирмами; сложный состав отрасли: производство самолетов; производство вертолетов; производство авиационных двигателей; производство авионики (электронного и навигационного оборудования летательных аппаратов); ракетостроение; создание космических аппаратов. Применение сложных технологий, предъявляющих особые требования к научно-производственной базе и квалификации работников. Судостроение. Высокая материалоемкость и трудоемкость производства судов. Роль судостроения среди отраслей машиностроения постепенно уменьшается; в производстве судов происходит уменьшение доли пассажирского транспорта и увеличение доли специального (танкеры, контейнеровозы, ледоколы, научно-исследовательские суда и т.п.); центр судостроения переместился из Западной Европы и США в Азию (Корея Япония КНР); Производство ж/д оборудования — старейшая отрасль транспортного машиностроения, производящая локомотивы, различные грузовые вагоны, цистерны, пассажирские вагоны и др. Производство ж/д оборудования постепенно сокращается в Западной Европе, США, России, но увеличивается в Азии (КНР, Индия). Европа все более переходит на изготовление скоростных пассажирских поездов.

3. Электротехника, включая электронику. Санитарно-Эпидемиологические агрохимпром.рф Экспертизы, услуги, обследования, оценки. Помощь клиентам в Роспотребнадзоре перечень услуг консультация аккредитация контакты Адрес и телефон Скрыть рекламу: Не интересуюсь этой темой Навязчивое и надоело Сомнительного содержания или спам Мешает просмотру контента Спасибо, объявление скрыто. Ищете замену импортным СОЖ? trksintez.ru СОЖ новых марок «МОДУС» и «АРИКА»! Гарантия качества по разумной цене! АРИКА без масла Модус-М с 50% масла Модус-М1 с 60% масла Адрес и телефон Скрыть рекламу: Не интересуюсь этой темой Навязчивое и надоело Сомнительного содержания или спам Мешает просмотру контента Спасибо, объявление скрыто. Высшее образование дистанционно! mti.edu.ru Бакалавриат, магистратура от 29900 руб/год. Курс английского каждому. Стоимость обучения Бакалавриат Магистратура Второе высшее Адрес и телефон Скрыть рекламу: Не интересуюсь этой темой Навязчивое и надоело Сомнительного содержания или спам Мешает просмотру контента Спасибо, объявление скрыто. Яндекс.Директ самая наукоемкая отрасль машиностроения; самая быстропрогрессирующая отрасль машиностроения; высокая степень концентрации производства (производство в основном сконцентрировано на крупных фирмах США, Японии, (США и Япония производят 90% микросхем), Юго-восточной Азии (Корея, Тайвань), Западная Европа); быстрый рост системных связей как внутри отрасли, так и с другими отраслями промышленности; внутри отрасли темпы роста производства

бытовой электроники сокращаются, а ЭВМ и микросхем растут (производство ЭВМ и микросхем составляет 40 —45% от общего производства электротехники и электроники). Размещение отраслей машиностроения На размещение предприятий машиностроения в большей степени влияют: наличие квалифицированной рабочей силы; наличие научных центров; развитая инфраструктура; потребители. До недавнего времени 90% продукции машиностроения производили развитые страны, а только 10% — развивающиеся. Но сегодня доля развивающихся стран составляет уже 25% и продолжает возрастать. В машиностроении мира доминирующее положение занимает небольшая группа развитых стран — США, на которые приходится почти 30% стоимости машиностроительной продукции, Япония — 15%, ФРГ — около 10%, Франция, Великобритания, Италия, Канада. В этих странах развиты практически все виды современного машиностроения, высока их доля в мировом экспорте машин (на развитые страны в целом приходится свыше 80% мирового экспорта машин и оборудования). При почти полной номенклатуре производства машиностроительной продукции ключевая роль в развитии машиностроения в этой группе стран принадлежит авиаракетно-космической промышленности, микроэлектронике, робототехнике, атомно-энергетической технике, станкостроению, тяжелому машиностроению, автомобилестроению. В группу лидеров мирового машиностроения входят также Россия (6% стоимости машиностроительной продукции), Китай (3%) и несколько малых промышленно развитых стран — Швейцария, Швеция, Испания, Нидерланды и др. Машиностроение сильно продвинулось в своем развитии и в развивающихся странах. В отличие от развитых стран, машиностроение которых базируется на высоком уровне научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), высокой квалификации рабочей силы и ориентировано в основном на выпуск технически сложной и высококачественной продукции, машиностроение развивающихся стран, основанное на дешевизне местной рабочей силы, специализируется, как правило, на выпуске массовых, трудоемких, но технически несложных невысоких по качеству видах изделий. Среди предприятий здесь много чисто сборочных заводов, получающих комплекты машин в разобранном виде из промышленно развитых стран. Современными машиностроительными заводами располагают немногие развивающиеся страны, прежде всего новые индустриальные — Южная Корея, Гонконг, Тайвань, Сингапур, Индия, Турция, Бразилия, Аргентина, Мексика. Главные направления развития их машиностроения — производство бытовой электротехники, автомобилестроение, судостроение. Главными экспортёрами продукции машиностроения являются: Япония, Германия, США, Франция, Великобритания, Италия, Канада. География размещения некоторых отраслей машиностроения представлена в таблице. Первая десятка стран

Производство автомобилей США; Япония; ФРГ; Франция; Р.Корея; Великобритания; Испания; Канада; Италия; Бразилия. Производство металлорежущих станков Япония, ФРГ, США, Италия, Китай, Швейцария,

Р.Корея, о.Тайвань, Испания, Франция Производство тракторов Россия, Япония, Индия, США, Беларусь, Украина, Великобритания, ФРГ, Италия, Бразилия. Производство телевизоров Китай, Р.Корея, США, Бразилия, Малайзия, Япония, Испания, Сингапур, Турция, Великобритания. Судостроение (спуск на воду) Корея, Япония, ФРГ, Бразилия, Тайвань, Дания, Польша, Китай, Югославия, Финляндия. Крупнейшие продуценты и экспортеры изделий общего машиностроения в целом — развитые страны: Германия, США, Япония и др. Развитые страны являются также главными производителями и поставщиками на мировой рынок станков (Япония, Германия, США, Италия и Швейцария). В составе общего машиностроения развивающихся стран преобладает выпуск сельскохозяйственных машин и несложного оборудования. Мировые лидеры в области электротехники и электроники — США, Япония, Россия, Великобритания, ФРГ, Швейцария, Нидерланды. Производство бытовых электроприборов и изделий бытовой электроники получило развитие и в развивающихся странах, особенно в странах Восточной и Юго-Восточной Азии. Среди отраслей транспортного машиностроения наиболее динамично развивается автомобилестроение. Ареал его пространственного распространения постоянно растет. Еще в первой половине XX века в автомобильной промышленности безраздельно господствовала одна страна — США (83%), но затем начался переход к полицентрической модели. Во второй половине XX века сложились три центра: США, Западная Европа, Япония. В 90-е годы автомобилестроение начало растекаться в Азию (Р.Корея, Китай, Индия, Турция, Малайзия) и Латинскую Америку (Бразилия, Мексика, Аргентина, Венесуэла Эквадор, Чили, Перу, Уругвай). Однако, страны Зарубежной Европы (Германия, Франция, Испания и др.), США и Япония остаются лидерами и производят более 70% всех автомобилей мира. Кроме того, большая часть автомобильных заводов, расположенных в развивающихся странах, принадлежит ведущим компаниям этих стран. Первая десятка стран по производству автомобилей представлена в таблице. Можно добавить, что к числу стран с выпуском автомобилей свыше 1 млн в год относятся также Мексика, Россия и Бельгия. Крупнейшие экспортеры автомобилей: Япония (4,6 млн в год), Германия (3,6), Франция. В отличие от автомобилестроения, авиастроение, судостроение, производство подвижного состава железных дорог переживает застой. Основная причина этого — отсутствие спроса на их продукцию. Судостроение из развитых стран переместилось в развивающиеся. Крупнейшими производителями судов стали Южная Корея (опередила Японию и вышла на первое место в мире), Бразилия, Аргентина, Мексика, Китай, Тайвань. В то же время США, страны Западной Европы (Великобритания, Германия и др.) в результате сокращения производства судов перестали играть заметную роль в мировом судостроении. Авиационная промышленность сконцентрирована в странах с высоким уровнем науки и квалификации рабочей силы — США, России, Франции, Великобритании, ФРГ, Нидерландах. Таким образом, в территориальной структуре машиностроения можно выделить четыре

главных машиностроительных региона: Северная Америка (США, Канада, Мексика); Зарубежная Европа (ФРГ, Франция, Великобритания, Италия, Испания); Восточная и Юго-восточная Азия; СНГ. На Северную Америку (США, Канада) приходится примерно 1/3 стоимости продукции машиностроения. В этом регионе производятся практически все виды машиностроительной продукции любого уровня сложности, но международном разделении труда регион выступает, прежде всего, как крупнейший производитель и экспортер машин высокой сложности, изделий тяжелого машиностроения и наукоемких отраслей. Так, в США, занимающих лидирующие позиции в регионе и мире по общей стоимости продукции машиностроения, большая роль принадлежит авиаракетно-космическому машиностроению, военно-промышленной электронике, производству ЭВМ, атомно-энергетической технике, военному кораблестроению и др. США занимают третье место в мире по экспорту продукции машиностроения и первое – по импорту. На страны Европы (без СНГ) также приходится около 1/3 продукции мирового машиностроения. Регион выпускает главным образом массовую машиностроительную продукцию, но сохраняет свои позиции в некоторых новейших отраслях. Особо регион выделяется общим машиностроением (станкостроением, производством оборудования для металлургии, текстильной, бумажной, часовой и др. отраслей промышленности), электротехникой и электроникой, транспортным машиностроением (автомобилестроением, авиастроением, судостроением). Лидер европейского машиностроения ФРГ — крупнейший экспортер в регионе и второй в мире продукции машиностроения. Регион, включающий страны Восточной и Юго-Восточной Азии, дает примерно четверть продукции мирового машиностроения. Основной стимулирующий фактор в развитии машиностроения в странах региона — относительная дешевизна рабочей силы. Лидер региона — Япония — вторая машиностроительная держава мира, крупнейший экспортер в мире продукции машиностроения, особенно изделий наиболее квалифицированных отраслей (микроэлектроника, электротехника, авиатехника, робототехника и др.). Другие страны — Китай, Республика Корея, Тайвань, Таиланд, Сингапур, Малайзия, Индонезия и др. производят трудоемкую, но менее сложную продукцию (производство бытовых электроприборов, автомобилей, морских судов и пр.) и также весьма активно участвуют в работе на внешний рынок. Таким образом, регион выпускает как массовую продукцию машиностроения, так и продукцию высокой сложности. Особый регион мирового машиностроения образуют страны СНГ. Они имеют полную номенклатуру машиностроительного производства. Для большинства стран региона машиностроение — одна из главных отраслей международной специализации. Особенно большое развитие получили здесь отрасли военно-промышленного комплекса, авиационной и ракетно-космической промышленности, бытовой электроники, отдельные несложные отрасли общего машиностроения (производство сельскохозяйственной техники, металлоемких станков, энергетического оборудования и др.). В то же время

по ряду отраслей, особенно наукоемких, отмечается серьезное отставание. Лидер СНГ — Россия, несмотря на огромные возможности развития машиностроения (значительный производственный, научно-технический, интеллектуальный и ресурсный потенциал, емкий внутренний рынок, предъявляющий большой спрос на разнообразную машиностроительную продукцию и пр.), в международном разделении труда выделяется лишь производством вооружения и новейшей космической техники и вынуждена даже импортировать много видов машин. За пределами главных машиностроительных районов расположены достаточно крупные по масштабам и сложности структуры производства центры машиностроения — Индия, Бразилия, Аргентина. Их машиностроение в основном пока работает на внутренний рынок. Вывозят эти страны автомобили, морские суда, велосипеды, несложные виды бытовой техники (холодильники, стиральные машины, кондиционеры, пылесосы, калькуляторы, часы и т. п.) Автомобильный транспорт играет важную роль в обществе транспортной системе страны. На его долю приходится значительная часть всех грузовых перевозок в народном хозяйстве. Автомобиль широко используется для подвоза грузов к железным дорогам, речным и морским причалам, обслуживания промышленных торговых предприятий, работников сельского хозяйства, обеспечивает перевозки пассажиров. Миллионы автомобилей принадлежат гражданам и обслуживают их в быту.

Прошло буквально сто с небольшим лет с момента появления первого автомобиля, а уже нет практически сферы деятельности, в которой бы он не использовался. Поэтому автомобильная промышленность в экономике развитых стран является сейчас ведущей отраслью машиностроения. На это есть причины:

- во-первых, людям с каждым днём требуется все больше и больше автомобилей для решения различных хозяйственных задач;
- во-вторых, эта промышленность является наукоемкой и высокотехнологичной. Она «тянет» за собой многие другие отрасли, предприятия которых выполняют ее многочисленные заказы. Инновации, внедряемые в автомобильной промышленности, неминуемо заставляют эти отрасли совершенствовать и свои производства. В силу того, что таких отраслей достаточно много, то в итоге наблюдается подъем всей промышленности, а, следовательно, и экономики в целом.;
- в-третьих, автомобильная промышленность во всех развитых странах относится к числу наиболее прибыльных отраслей народного хозяйства, так как она способствует повышению товарооборота и приносит в казну государства немалые доходы за счет продаж как на внутреннем, так и на мировом рынке.
- в-четвертых, автомобильная промышленность является стратегически важной отраслью. Развитие этой отрасли делает страну экономически сильной и потому более независимой. Широкое использование лучших образцов автомобильной техники в армии, бесспорно, повышает оборонную мощь страны.

Важным фактором является и то, что автомобильная промышленность обеспечивает высокий процент занятости трудоспособного населения каждой страны, где производятся и (или) продаются автомобили. Страны производители автомобильной техники обеспечивают рабочими местами также страны, с которыми у них заключены соглашения о сотрудничестве. Кроме того, еще большой процент трудоспособного населения занят в смежных отраслях, обеспечивающих автомобильную промышленность. В США, например, в сфере производства автомобилей, а также в смежных отраслях, на автотранспорте и в дорожном хозяйстве заняты 12,5 млн. человек, т.е. каждый шестой работающий в промышленности. В России в автомобильной промышленности, несмотря на спад, занято примерно 1,7 млн. человек из 70 млн. трудоспособного населения.

Все это в совокупности выводит автомобильную промышленность на одну из передовых позиций в мировой экономике. Об этом свидетельствуют и данные о доле автомобильной промышленности в валовом национальном продукте (ВНП). В США и Франции доля автомобильной промышленности в ВНП составляет 5%, в Японии и Германии – 9%. Россия пока сильно отстает даже от небольших стран-производителей автомобилей. Например, объемы выпуска легковых автомобилей у нас меньше, чем даже таких стран, как Испания, Италия, Великобритания. Почти в 4 раза меньше, чем в Германии или Франции, и в 10 раз меньше, чем в США или Японии. Доля автомобильной промышленности ВНП отражается и косвенное воздействие автомобильной промышленности через смежные отрасли, которым она обеспечивает заказы, тем самым, повышая удельный вес этих отраслей в показателе ВНП.

Практическая работа № 2

История и тенденции развития автомобильной промышленности в Японии

Цель работы: изучение истории развития автомобильной промышленности в Японии.

Актуальность темы: заключается в том, что тема напрямую связана с историей развития автомобильной промышленности в Японии.

Теоретическая часть:

Сложно себе представить, что страна, где до середины XIX века люди не знали колеса и вешали на телеграфные столбы орудия труда, надеясь по проводам передать их своим родственникам в соседнюю деревню, станет лидером мирового научно-технического прогресса. Одним из его ярчайших проявлений стала автомобильная промышленность Японии, уже десятилетиями занимающая лидирующие позиции на международном рынке. Такие японские марки авто, как Toyota, Nissan, Mazda, Mitsubishi, Honda, Subaru, Suzuki, известны сейчас во всем мире. В чем же секрет успеха авто японского производства и каким путем они шли к нему?

До начала второй мировой войны автопром Страны восходящего солнца находился в зачаточном состоянии. К концу 10-х гг. XX века стали появляться первые автомобили, но они, по большей части, копировали западные аналоги и во многом им уступали. При всем этом, даже эти ранние модели нельзя было назвать «чистокровными японками». Многие детали и инженерные находки в них были позаимствованы у неохотно деливших свои познания англичан и американцев. И все это притом, что последние под дулами винтовок заставляли японцев в XIX веке открыть для иностранцев свои порты.

Правда, в 30-е годы XX века японское правительство взяло курс на национализацию и изоляцию. С одной стороны, все промышленные предприятия с их оснащением перешли под контроль государства, заставив иностранцев покинуть его пределы, а с другой – изоляционная политика надолго оградила страну от преимуществ технического прогресса. А война и последовавшая оккупация тем более затормозили процесс развития японского автопрома.

Прежде чем перейти непосредственно к послевоенному периоду и подробнее рассмотреть рождение Феникса японской автомобильной промышленности, стоит упомянуть одно знаменательное событие, предшествовавшее Второй мировой. Это, конечно же, выпуск Toyota AA. Компания существовала с 1890 года, но до 1936 основной её деятельность

был выпуск ткацких станков. Все началось с A1 в 1935 году, первого прототипа пассажирского седана, который в 1936 году переродился в легендарный AA – первый по-настоящему японский серийный автомобиль. Успех этого авто мотивировал японских производителей двигаться дальше, но войне было суждено разрушить эти их планы.

Поражение в войне обернулось для Японии экономической катастрофой. Союзная оккупация с 1945 ещё более усугубила плачевное положение государства, в котором всяческие попытки на развитие местного автопрома категорически пресекались. Все японские предприятия были демонтированы и вывезены из страны, а на слабо развитых дорогах стали царствовать привезенные оккупантами автомобили. К тому моменту, когда барьеры, стоявшие перед развитием японской автопромышленности, были сняты, она уже казалась инвесторам и государственным деятелям совершенно непривлекательной для вложений. Однако в 1950 году ситуация резко изменилась.

26 июня 1950 года Соединенные Штаты Америки вступили в войну с Кореей. Американские войска оказались отброшены от своих родных земель на тысячи миль и начали остро нуждаться в продукции, лекарственных препаратах и многом другом. И, конечно же, они нуждались в транспортных средствах. С этого момента американцы стали закупать в Японии все, что только возможно. Уже в первые восемь месяцев ведения военных действий США закупили 11920 японских авто! Практически мертвый до этого сектор рынка в одночасье стал одним из самых прибыльных и привлекательных для инвесторов. Японская автомобильная промышленность начала свою вторую жизнь.

К 1960-м годам «Японское экономическое чудо» вознесло страну на второе место в мире по экономической мощи. Возросшие доходы населения подстегнули развитие автопрома, который к тому времени становился крупнейшей отраслью в стране! Уже к 70-м японский автомобильный гигант повернулся лицом к западу, и начался массовый экспорт машин в Европу и США. 726 тысяч из более чем 3 млн. авто, произведенных в Японии в 1970 году, отправились за границу.

Почему же японские автомобили оказались столь популярны и востребованы? Ответ что в 70-е годы, что сейчас, будет одинаков – это качество. Изначально, японские авто сильно уступали западным аналогам и оказывались попросту неконкурентоспособны, но «самурай» решили это так не оставлять. На заводах быстрыми темпами был введен строжайший контроль качества и высочайшие требования к работникам. Японские менталитет вкупе с жесткой системой ответственности породили автомобили невиданного ранее качества.

Привыкший к мощным и большим авто Западный мир в 1973 году содрогнулся. Разразился один из первых и до сих пор сильнейших Нефтяных кризисов, цены на баррель подскочили с 3 до 12 долларов, а стоимость бензина увеличилась на десятки процентов. В одночасье быть обладателем мощного маслкара или роскошного седана стало крайне невыгодно.

Сложившаяся ситуация породила огромный спрос на малолитражные автомобили, которые в Японии производилось в огромных количествах. Уже к 1974 году половина собранных в стране авто шла на экспорт и Япония стала лидером мирового автопрома, отобрав корону у признанного ранее лидера - Германии.

К девяностым годам сети японских автоконцернов опоясывают уже весь мир, их заводы и представительства открыты во многих странах. Они развивают отношения с ведущими автопроизводителями из таких традиционно «автомобильных держав», как США, Великобритания, Германия, Италия, Франция, Швеция. Увеличивается спрос на авто и на внутреннем рынке. Японцы предпочитают часто обновлять свой автопарк и очень требовательно относятся к выбору своего транспортного средства. Именно поэтому авторынок островного государства богат бесконечным множеством разнообразных модификации и комплектаций различных моделей. После разрушительного землетрясения в 2011 году, заметно ударившего по автопрому, продажа автомобилей в Японии на сегодняшний день снова набирает былые обороты, и отечественные машины покупают себе миллионы японских автолюбителей.

История японской автомобильной промышленности неразрывно переплетена с историей самой Японии. Она представляет собой уникальный образец возрождения в тяжелейших для этого условиях. Японское упорство, точность и усердие даровали миру множество уникальных явлений, среди которых автомобили Страны восходящего солнца занимают важнейшее место. Видимо, именно поэтому автопром этого азиатского государства прочно ассоциируется у автолюбителей всего мира с качеством и надежностью.

Промышленность, явившаяся «локомотивом» развития японской экономики, сохраняет свое экономическое значение, хотя ее доля снижается ввиду перехода на стадию постиндустриального развития, сопровождающегося расширением нематериального сектора. По стоимости промышленной продукции Япония уступает только США.

В структуре японской промышленности преобладают наукоемкие, высокотехнологичные производства. Она лидирует по производству роботов, станков с ЧПУ, продукции «чистой керамики», сверхбольших интегральных схем, отдельных видов микропроцессоров, а также по практическому применению прогрессивных видов оборудования, включая и гибкие производственные системы. Кроме того, она сохраняет ведущие позиции в мировом автомобилестроении, производстве электроники и электротехники, выплавке стали, производству химической продукции.

В структуре собственности японской промышленности, либерализованной после войны, снова возросла роль крупнейших многоотраслевых концернов, таких как «Мицубиси», «Тоёта», «Мацусита», представляющих интересы ведущих финансово-промышленных групп.

Отличительной чертой японской промышленности является в то же время большая роль мелких и средних предприятий: на них приходится 99%

общего числа промышленных предприятий в стране, 74% занятых и около 52% стоимости произведенной продукции.

Автомобили - это один из самых известных видов продукции Японии.

Почти половина производимых в Японии легковых автомобилей идет на экспорт. Автомобили, изготовленные японскими компаниями, собираются и эксплуатируются по всему миру. Многие теперь производятся на заводах, размещаемых за границей. К тому же легковые автомобили не единственный вид транспорта, экспортируемый Японией. Япония делает также автобусы, грузовые автомобили, корабли и другие транспортные средства.

Японское автомобилестроение лидирует в мире по низким издержкам производства. По оценкам зарубежных специалистов, это лидерство заметно, например, на организации управления складскими запасами. Если бы «Дженерал моторз» смогла управлять своими запасами также эффективно, как «Тойота», то она смогла бы высвободить несколько миллиардов долларов, которые у нее заморожены на складах и в цехах в форме незавершенного производства, сырья и комплектующих. Работая по системе «поставки точно в срок», японские компании создают значительные резервы для борьбы в ценовой конкуренции на внешних рынках.

В отличие от крупных американских компаний, которые пытались снизить издержки производства, наращивая число машин в серии, японские компании основную ставку начали делать на внедрение гибких производственных систем, которые позволяют на одном конвейере выпускать небольшие серии моделей, с учетом персональных запросов покупателей.

Объем производства автомобилей в Японии в авг. 2009г. снизился на 199 тыс. 702 единицы, т.е. на 25,9% в годовом исчислении. По итогам месяца показатель составил 571 тыс. 787 ед. против 771 тыс. 489 ед. за аналогичный месяц годом ранее. Такие данные опубликовала Японская ассоциация автопроизводителей (JAMA).

При этом производство легковых автомобилей в авг. 2009г. в годовом исчислении уменьшилось на 24,6% - до 493 тыс. 661 единицы, объем производства грузовых автомобилей снизился на 32,9% - до 71 тыс. 698 ед., а объем производства автобусов на 31,9% - до 6 тыс. 428 ед.

Объем экспорта легковых автомобилей из Японии в авг. с. г. снизился на 43,3% - до 244 тыс. 27 автомобилей, экспорт грузовиков уменьшился на 55,5% - до 24 тыс. 181 единицы, а объем экспорта автобусов упал на 40,3% - до 6 тыс. 978 ед.

Тройка крупнейших автопроизводителей страны - ToyotaMotor, HondaMotor и NissanMotor - в июне продолжила снижение объемов выпуска продукции. Производство Toyota упало на 24% (по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), до 565 541 автомобиля, Nissan - на 22%, до 240 827 единиц, Honda - на 20%, до 257 852 единиц. Основной причиной стало снижение продаж на главном экспортном рынке - США. «В мировом масштабе продажи автомобилей достигли дна, - полагает управляющий директор IntelligenceAutomotiveAsiaЭшвинЧотай. - В

среднесрочной перспективе продажи в США не смогут достичь уровня 2005 и 2006 годов, поэтому трудно ожидать значительного восстановления объема продаж японских компаний».

Уровень автомобилизации страны 593 автомобиля на 1000 человек.

Автомобильная промышленность Японии является одним из самых инновационных и наукоемких секторов промышленности. Автопром превратился в интегрированную цепочку поставок множества разнонаправленных компаний. Каждая единица транспортного средства, сходящего со сборочной линии, состоит из деталей и элементов, выполненных сотнями разных компаний-поставщиков.

В автомобилестроении, как известно, Япония добилась больших успехов и является одним из мировых лидеров. Японский автопром представлен прежде всего такими брендами, как Toyota, Lexus, Honda, Acura, Nissan, Infiniti, Mitsubishi, Subaru, Daihatsu, Mazda, Suzuki, Isuzu и другими.

По данным за 2015 г., в отрасли заняты 5,5 млн человек, или 8,7% всей рабочей силы Японии - включая смежные отрасли. На сегодняшний день в 22 префектурах Японии насчитывается 78 автомобилестроительных заводов.

С целью обеспечения конкурентоспособности японские автомобильные компании ежегодно инвестируют в научно-исследовательские разработки свыше 19 млрд долл., или около 21% от общей суммы затрат на ИР во всех секторах промышленности Японии. Так, только концерн Toyota в 2015 г. вложил в ИР 14 млрд долл. Среди основных направлений научно-исследовательских разработок можно назвать технологии беспилотного управления автомобилем, цифровую сетевизацию, создание электромобилей, автомобилей на топливных элементах, повышение безопасности транспортных средств и др.

Автомобильный кластер Хиросима В 2016 г. на международном автосалоне в Нью-Йорке один из крупнейших международных автомобильных концернов - Mazda представил четвертое поколение своего знаменитого родстера Mazda MX-5, который тут же получил главный титул «Всемирный автомобиль года», обойдя таких серьезных соперников, как Audi A4 и Mercedes-Benz GLC. Новый автомобиль получил высокие оценки жюри, в частности, в таких категориях, как экологичность, безопасность вождения и пассажиров, дизайн, экономичность.

Этому успеху предшествовала серьезная работа, сплотившая представителей академического, промышленного и правительственного секторов в достижении поставленной цели. Ключевыми игроками стали представители концерна Mazda, выступившие с инициативой сделать префектуру Хиросима, где расположена штаб-квартира компании, крупнейшим развивающимся автомобильным кластером. В рамках заявленной инициативы предполагалось привлечь небольшие местные автомобильные предприятия. Совместно с представительством МЭТП в префектуре Тугоку, при участии университета Хиросима и представителей местной власти, был разработан совместный план развития до 2030 г., полностью основанный на межсекторальной кооперации.

В рамках сформированного плана были поставлены следующие задачи: - превратить Хиросиму в международный центр высоких автомобильных технологий; - предпринять все возможные усилия по подготовке необходимых кадров; - способствовать повышению благосостояния местных жителей благодаря стабильно развивающемуся и процветающему сектору обрабатывающей промышленности; - сделать модель межсекторального взаимодействия и успешного развития национальным и мировым примером и ориентиром. Для координации всех предпринимаемых действий был создан Совет по содействию реализации адресных программ: подготовка кадров, активизация деятельности местных малых и средних предприятий и пр.

Ключевым направлением совершенствования модели организации производства становится формирование тесных связей с инновационными фирмами малого и среднего бизнеса. Производство автомобилей предполагает использование комплектующих из самых разных отраслей: текстильная, химическая, производство электроники, механических компонентов и т.д. Именно здесь важнейшую роль начинают играть инновационные МСП, формирующие цепочки поставщиков. Благодаря им автопроизводители существенно снижают расход на непрофильные работы и осуществляют, главным образом, генеральное руководство проектированием будущих автомобилей, разрабатывают дизайн и производят конечную сборку.

Наиболее капиталоемкие операции, включая исследования и разработки, выполняют поставщики первого уровня, которых называют Tier-1. Эти поставщики и разработчики наделяют автомобиль возможностью обучаться, «зрением» и необходимой производительностью, предоставляют целые программно-аппаратные решения и т.д. Крупнейшим производителем автозапчастей в Японии является компания Denso, специализирующаяся на разработке электронных систем и модулей управления силовым блоком. Эта компания, одна из ведущих ТНК в своем сегменте, осуществляет поставки различным производителям автомобилей в Европе, Китае и Северной Америке. Среди других известных японских поставщиков категории Tier-1, также занимающих высокие места в рейтингах, такие крупные компании, как Yazaki, AisinSeiki, HitachiAutomotiveSystems, JTEKT.

Для активизации участия в создании цепочек добавленной стоимости малых и средних инновационных предприятий усилиями представителей частного сектора совместно с академическим сектором в 2015 г. был сформирован Промышленный форум по формированию цепочек добавленной стоимости. Во главу поставлена задача выработки единой системы технических стандартов для использования Промышленного интернета вещей в производственном процессе и оснащения заводов Японии технологией кибер-физических систем. Виртуальное объединение крупных компаний с малым и средним бизнесом должно оказать положительное, стимулирующее воздействие на рост показателей производительности. При этом японские эксперты не скрывают, что избранная технология в определенной мере позаимствована у Германии, где «умные заводы»

функционируют в рамках инициированной программы экономического развития «Промышленность 4.0».

В состав Форума входят такие компании, как Toyota, Mazda, Fujitsu, Hitachi, Kawasaki, Panasonic, MitsubishiElectric, Nikon, NEC, немецкая компания Bosch и другие крупные японские и зарубежные компании. Финансирование осуществляется за счет совокупных сборов со 150 компаний-членов форума. Сценарий планируемых для реализации проектов предполагает как обеспечение непосредственно производственного процесса, так и последующее обслуживание произведенной продукции. Предполагается, что установленные в спущенные с конвейера автомобили компьютерные программы будут обеспечивать связь завода-производителя со всеми выпускаемыми изделиями. При организации производства на таких заводах планируется активно внедрять модель полностью автоматизированных цехов, где из кадрового состава допускается присутствие лишь нескольких операторов.

Практическая работа № 3

История и тенденции развития автомобильной промышленности в Южной Корее.

Цель работы: изучение истории развития автомобильной промышленности в Южной Корее.

Актуальность темы: заключается в том, что тема напрямую связана с историей развития автомобильной промышленности в Южной Корее.

Теоретическая часть:

Первый корейский автомобиль был изготовлен в 1955 г. Он получил выразительное название "Сибаль" ("Старт"), и сейчас его можно увидеть в Музее независимости республики. Однако едва ли возможно начинать историю корейской автомобильной промышленности с 1955 г.: "Сибаль" был собран в кустарной автомастерской в Сеуле из нескольких списанных американских армейских машин и представлял собой такой же вседорожник. Всего в этой мастерской в 1955–1964 гг. было построено около 3 000 автомобилей. В основном эти машины использовались как таксомоторы, часть из них была передана правительственным учреждениям в качестве персонального транспорта для чиновников.

К началу 70-х гг. в Корее действовало несколько небольших производств, на которых собирали автомобили из деталей американских, японских и итальянских фирм. Основными проблемами отрасли на тот момент были высокая стоимость и низкое качество продукции при достаточно ограниченных объемах ее производства. Реальное развитие корейского автопрома началось только в 1974 г., то есть во времена, когда уже достаточно активно действовали российские автосборочные производства, в том числе ГАЗ и АвтоВАЗ, не говоря уже о заводах Ford или Toyota.

Произошло это, как и многое другое в тогдашней Корее, в результате прямого вмешательства властей. Первое десятилетие правления генерала Пак Чжон Хи было временем стремительного экономического роста. В основе правительственной стратегии, которая и сделала этот рост возможным, лежало два принципа: ориентация на экспорт и максимальная концентрация капитала. Руководство страны способствовало формированию крупных компаний, главным образом – многопрофильных семейных холдингов ("чэболь"). Компании, избранные властями на роль "чэболь", получали немалые привилегии, но в обмен на это они должны были беспрекословно исполнять правительственные "рекомендации".

В соответствии с постановлением правительства Кореи право заниматься производством автомобилей было предоставлено только 4 компаниям: Kia, HyundaiMotors, AsiaMotors и компании ShinJu, на основе

которой вскоре было создано совместное предприятие холдинга Daewoo и GeneralMotors (через несколько лет это СП превратилось в DaewooMotors, а Kia слилась с AsiaMotors). Данные компании, выбранные на роль будущих автомобильных гигантов, получили ряд важных привилегий – в первую очередь льготный доступ к кредитам, а также политическую поддержку. В ответ на это они должны были выполнить задачи, сформулированные в 1974 г. в Перспективном плане развития автомобильной промышленности: довести к 1980 г. объем производства на каждой фирме до 50 тыс. машин в год, а долю отечественных комплектующих – до 91%.

Частью комплекса мер по развитию автомобилестроения стал откровенный протекционизм. После того, как правительство решило, что Корея станет экспортером автомобилей, был введен высокий запретительный тариф, который сделал ввоз в страну иномарок практически невозможным. Более того, в 1975 г. был ограничен и ввоз комплектующих: для получения разрешения импортеру требовалось сначала доказать, что аналогичные детали не могут быть произведены в Корее. В результате к 1980 г. в корейских машинах было уже более 90% деталей местного производства, и лишь некоторые технологически сложные узлы продолжали ввозиться из-за рубежа. Выполнена была и другая плановая задача: в 1979 г. в стране было выпущено 204 тыс. машин.

Однако переход от сборки к производству еще не означал запуска собственных проектно-конструкторских разработок. Вплоть до конца 80-х гг. большинство корейских моделей либо являло собой лицензионные копии зарубежных образцов, либо же было сконструировано при активном техническом содействии иностранных фирм. В период с 1962 по 1995 гг. корейские автомобилестроители заключили 488 лицензионных соглашений. Почти все крупнейшие автомобильные фирмы мира на том или ином этапе сотрудничали с корейскими компаниями, более чем в половине случаев поставщиками технологии являлись японские компании (57,3% соглашений), за которыми следовали фирмы США (15,8%), Великобритании (9,9%) и ФРГ (8,8%).

Период 1980 – 1995 годов был временем стремительной автомобилизации Кореи и роста внутреннего рынка. Способствовали этому и строительство сети скоростных дорог, и перепланировка городов, но решающим фактором был резкий рост доходов населения. В те годы рядовой кореец стремительно богател. Если в шестидесятые символом процветания были мясо по выходным и собственная швейная машина, то к середине восьмидесятых эту роль уже играл автомобиль. В 1980 году в Южной Корее было 249 тыс. легковых автомобилей (по одному на 153 человека), к 1985 году их количество достигло 557 тыс., к 1990-му – 2 млн, а к 1995-му – 6 млн (10 машин на 75 корейцев).

Однако главным направлением деятельности автомобилестроителей был экспорт. Это соответствовало общей экономической линии Пак Чжон Хи и его преемников, которые считали, что для лишенной природных ресурсов Кореи единственный путь к успеху – развитие экспорта ориентированных

отраслей. Первая партия корейских автомобилей ушла за границу еще в 1976 году, но настоящий прорыв произошел в середине восьмидесятых, когда Hyundai вышла на самый конкурентный в мире американский авторынок со своей малолитражкой Excel. Excel не была шедевром конструкторской мысли, но она и не предназначалась для автогурманов. Наиболее привлекательной чертой этой машины, как и других корейских моделей тех лет, было сочетание низкой цены с приемлемым качеством. В ориентации на невзыскательный массовый спрос и заключается секрет корейского успеха на мировых автомобильных рынках.

На протяжении 20 лет – с конца семидесятых годов и до азиатского кризиса 1997 года – в корейском автомобилестроении безраздельно господствовала "большая тройка", в которую входили HyundaiMotor, DaewooMotor и Kia. Создателям DaewooMotor – холдингу Daewoo и компании GeneralMotors принадлежало по 50% акций, и только в 1992 году корейцы полностью выкупили компанию. Kia с присоединенной в начале девяностых AsiaMotors являлась специализированной автомобильной компанией, не вовлеченной в чеболи.

В начале 1990-х еще два корейских чеболя пытались производить автомобили – сравнительно небольшая компания Ssangyong и гигантская Samsung. В 1992 году Ssangyong начала выпуск внедорожников, созданных при техническом содействии Daimler-Benz. Samsung после многолетнего упорного лоббирования в 1995 году также добилась правительственного разрешения на производство автомобилей. Руководство холдинга возлагало на новое начинание немалые надежды, но до азиатского кризиса оправдаться они так и не успели.

Девяностые годы стали и временем инвестиций корейских фирм в других странах. Связано это было с общим изменением ситуации в самой Корее. После ухода из власти в 1988 году военных в стране начался быстрый рост зарплат, который опережал рост производительности труда. Это поставило под угрозу одно из главных конкурентных преимуществ Кореи – наличие квалифицированной, но дешевой рабочей силы. В этой обстановке корейские компании стали активно создавать автосборочные производства за границей, в особенности в развивающихся странах. Например, Daewoo развернула автосборочные производства в Польше, Узбекистане и Румынии.

Между прочим, несмотря на успехи экспортеров, корейский внутренний рынок так и остается закрытым для иностранцев. Введенные при Пак Чжон Хи тарифные ограничения были отменены в соответствии с корейско-американским соглашением об автомобильной торговле 1996 года, но иномарок на улицах корейских городов по-прежнему очень мало. Это обстоятельство вызывает недовольство в США. В мае 2001 года сенаторы Левин и Киди (избраны от штата Мичиган, в котором находится Детройт) потребовали открыть корейский автомобильный рынок. Сенатор Левин заявил: "Среди всех развитых стран Корея и поныне имеет самый закрытый автомобильный рынок". С ним можно согласиться: в 2000 году продажи иномарок составили лишь 0,4% всех продаж на корейском автомобильном

рынке. Все немногие имеющиеся в стране иномарки – это дорогие представительские машины. Средняя цена продаваемой в Сеуле иномарки составляет \$54 тыс., то есть почти столько же, сколько стоит самая дорогая из корейских машин Hyundai Equus.

После ухода военных из власти в 1988 г. в стране начался быстрый рост зарплат, который зачастую опережал рост производительности труда, что поставило под угрозу одно из главных конкурентных преимуществ Кореи – наличие квалифицированной, но недорогой рабочей силы. В этой обстановке корейские компании стали активно создавать автосборочные производства за границей, прежде всего – в развивающихся странах с низким уровнем доходов населения. Daewoo развернул автосборочное производство в Польше и Узбекистане, а также начал подготовку к созданию подобных производств в Румынии, Чехии, Украине. Еще большую инвестиционную активность проявила Kia. Перед азиатским кризисом заводы этой компании были построены или строились в Малайзии, Индонезии, Китае, Пакистане, на Филиппинах и ряде других стран, преимущественно – в Азии. Кроме того, началась сборка автомобилей Kia в России, под Калининградом.

Азиатский кризис 1997 г. нанес корейской автопромышленности серьезный удар. Строго говоря, кризис и начался с автомобилестроения. В июле 1997 г. компания Kia, в течение полутора десятилетий прочно занимавшая позиции в "большой тройке", объявила о своем банкротстве. Крах Kia был вызван огромной задолженностью компании (9 млрд. долл. к 1998 г.) и стал первым из серии банкротств корейских "чэболь" в 1997–1999 гг. Вслед за Kia с серьезными финансовыми трудностями столкнулись все корейские автомобилестроители, за исключением, может быть, Hyundai. Причина у всех была одна и та же – огромные долги, результат кредитов, которые были взяты в более благополучные времена и в условиях кризиса превратились в непосильный груз.

В 1998 г. выпуск автомобилей в стране по сравнению с предшествующим годом сократился почти в 1,5 раза и составил 1,95 млн. ед. (в 1997 г. – 2,82 млн. ед.). Вызвано это было резким падением внутреннего спроса. В 1998 г. в стране было реализовано 780 тыс. корейских автомобилей – в два раза меньше, чем в 1997 г. Между тем экспортные продажи автостроителей Кореи продолжали расти и в кризисном 1998 г. достигли 1 362 тыс. автомобилей (против 1 317 тыс. годом ранее). В определенном смысле, финансовый кризис способствовал укреплению экспортного потенциала страны, поскольку резкое (на 40–50%) падение курса корейской воны привело к ощутимому снижению валютной цены на выпускаемую в стране продукцию. Это, кстати, отражает и общую тенденцию, характерную для нынешней корейской экономики – ее постоянно возрастающую зависимость от внешних рынков.

Новое правительство президента Ким Тэ Чжуна, пришедшее к власти в начале 1998 г., в самый разгар "азиатского кризиса", объявило о начале радикальных экономических реформ. В соответствии с новыми идеями, многопрофильные гиганты-"чэболь" следовало превратить в группы

независимых специализированных компаний. Традиционная многопрофильность "чэболь" уже воспринимались как признак их серьезной структурной слабости. Кроме того, правительство всячески стремилось разрушить другую традицию "чэболь" – их национальную замкнутость, превратить их в "настоящие" транснациональные компании.

В рамках программы реформ в 1998–2001 гг. была проведена радикальная реструктуризация корейского автомобильного бизнеса. Преобразования эти не были результатом игры "свободных рыночных сил" – реформы во имя победы экономического либерализма проходили в полном соответствии с корейской традицией: под давлением правительства и в глубокой зависимости от выбранной властями стратегии. В результате реформ последних лет все пять автомобилестроительных фирм, которые действовали в предкризисной Корее, сменили своих владельцев. Исключением отчасти стала HyundaiMotors, которая сохранила свой прежний менеджмент, но в октябре 2000 г. была вынуждена выделиться из состава холдинга Hyundai. Во многом эта мера пошла HyundaiMotors на пользу, так как в последние годы холдинг испытывал серьезные проблемы, и впоследствии мог разделить судьбу Daewoo.

Обанкротившаяся Kia в конце 1998 г. была приобретена компанией HyundaiMotors. Как ни странно, фактический крах KiaMotorsCorporation и произошедшие затем серьезные организационные перемены в ее структуре и управлении ознаменовали начало очередного подъема этой фирмы. Благодаря финансовой помощи со стороны нового владельца корпорации Hyundai, компания Kia стала постепенно возвращаться на прежние позиции, обновив весь свой ряд легковых моделей и внедрив несколько принципиально новых автомобилей, с которых началась их более глубокая унификация с продукцией Hyundai. Одновременно с этим HyundaiMotors вступила в "стратегический союз" с компанией Daimler-Chrysler, которая приобрела 10% ее акций (еще 5% – остались за Mitsubishi).

Hyundai всегда являлась крупнейшим производителем автомобилей в Корее, но после приобретения Kia ее значение выросло многократно: уже в 2000 г. Kia и HyundaiMotors выпустили две трети машин, произведенных в Корее (2,3 млн. из 3,1 млн. штук).

Для компании DaewooMotors ситуация складывалась более драматично. В рамках программы реструктуризации "чэболь" было решено, что холдинг Daewoo будет специализироваться на автомобилестроении. В этой связи в декабре 1997 г. под контроль DaewooMotors даже перешло сравнительно небольшое автомобильное производство другой "чэболь" – Ssangyong, для которого автомобилестроение было признано "непрофильным направлением". Однако под прессом огромной задолженности положение Daewoo продолжало ухудшаться, и в октябре 1999 г. наступило официальное банкротство холдинга. Почти два года корейское правительство пыталось найти покупателя для автомобилестроительного подразделения концерна, и только в мае 2002 г. основные активы DaewooMotors перешли в распоряжение ведущего мирового автопроизводителя GeneralMotors, что,

наконец, позволило новой компании GMDaewooAutomotive&TechnologyCo. начать работу. Доли в уставном капитале GMDaewoo распределились следующим образом: GeneralMotors принадлежит 42,1% акций, SuzukiMotorCorp. – 14,9%, ShanghaiAutomotive – 10%, 33% акций остаются у кредиторов Daewoo.

В рамках той же программы реструктуризации и специализации "чэболь" в сентябре 2000 г. концерн Samsung продал свое автомобильное подразделение SamsungMotors, которое практически бездействовало из-за кризиса. Покупателем опять-таки выступила иностранная компания – Renault. Renault теперь принадлежит 70,1% акций компании, переименованной в Renault-SamsungMotors (19,9% акций осталось у холдинга Samsung).

Первый корейский автомобиль появился в 1903 г., это был "Роллс-ройс" короля Кочжона. Однако на начальном этапе развитие автопарка Кореи шло очень медленными темпами. Например, когда в 1913 г. в действие вступили первые корейские правила дорожного движения, в стране был зарегистрирован всего 31 автомобиль.

В 1945 г., с восстановлением независимости республики, в Корею насчитывалось 7 200 машин. В 1955 г. на всю страну приходилось 18 356 автомобилей (в том числе 6 556 легковых), иначе говоря – по одной легковой машине на каждые три с лишним тысячи жителей страны.

Период стремительной автомобилизации Кореи и соответствующего роста внутреннего рынка пришелся на 1980–1995 гг. Способствовало этому и строительство общенациональной сети скоростных дорог, и перепланировка городов, но решающим фактором стал резкий рост доходов населения – результат рекордных темпов экономического развития страны. Если в 1980 г. в Южной Корею насчитывалось 249 тыс. легковых автомобилей (по одному на 153 человека), то к 1985 г. их количество достигло 557 тыс., к 1990 – 2 млн., а к 1995 г. – 6 млн. (в среднем – 10 легковых машин на 75 корейцев).

Общая численность автопарка Кореи на начало 1995 г. составляла 8,5 млн. транспортных средств, а в июле 1997 г. количество автомобилей, зарегистрированных в стране, превысило 10 млн. штук. По состоянию на 1 июля 2004 г. на 48 млн. корейцев приходится около 14,8 млн. машин. В большинстве случаев – это легковые автомобили (10,5 млн. ед., или 71% всего автопарка). Сегодня процесс автомобилизации населения республики продолжается, однако более сдержанными темпами – происходит постепенное насыщение рынка. Ожидается, что к 2009 г. численность автомобильного парка Кореи достигнет 20 млн. ед. В структуре корейского автопарка доминируют автомобили местного производства – внутренний рынок Кореи по-прежнему остается достаточно закрытым для иностранных компаний, несмотря на то что введенные при Пак Чжон Хи тарифные ограничения были отменены еще в 1996 г. в соответствии с корейско-американским соглашением об автомобильной торговле. В 2000 г. на долю зарубежной продукции пришлось 0,4% внутренних продаж, в 2003 г. этот показатель составил 2,4%. Почти все ввезенные в Корею иномарки – это

дорогие представительские машины, которые покупаются особо состоятельными корейцами в основном из соображений престижа.

Характерная особенность корейского автопарка – преобладание машин среднего класса. Типичная корейская машина – довольно крупный пятиместный седан с объемом двигателя в 2–2,5 л. стоимостью до 15–18 тыс. долл. (например, Sonata). Все машины оборудованы кондиционерами, а автоматическая коробка передач почти полностью вытеснила ручную. Владельцы мелкого бизнеса также предпочитают небольшие грузовики или микроавтобусы, которые используют как в служебных целях, так и в качестве семейного автотранспорта. Среднегодовой пробег частного легкового автомобиля в Корее существенно выше, чем в других развитых странах – 23 тыс. км. Для сравнения: в Японии этот показатель составляет 10 тыс. км, а в США – 14 тыс. км. С другой стороны, служит такой автомобиль недолго: средняя продолжительность эксплуатации корейского автомобиля – самая короткая в мире, всего 7,6 года (в Японии – 15 лет, в США – 16,2 года). Через 4–5 лет новую машину, цена которой к тому времени снижается почти вчетверо, продают небогатому покупателю. Новый владелец (малообеспеченный студент или иностранный рабочий) пользуется автотранспортным средством еще несколько лет, после чего отправляет его на свалку – найти покупателей на автомобиль старше 8–9 лет в Корее практически невозможно. Заметим, что совсем недавно (до повышения таможенных пошлин на подержанные иномарки в России) такие машины партиями поступали на российский Дальний Восток.

Уровень автомобилизации страны 276 автомобилей на 1000 человек населения.

Практическая работа № 4

История и тенденции развития автомобильной промышленности в Германии.

Цель работы: изучение истории развития автомобильной промышленности в Германии.

Актуальность темы: заключается в том, что тема напрямую связана с историей развития автомобильной промышленности в Германии.

Теоретическая часть:

Для любого государства с развитой экономикой собственная машиностроительная отрасль, в частности, автомобилестроение, выступает гарантом стабильности, ведь в процесс производства вовлекается огромное количество ресурсов. Немецкий автопром является ярким примером того, когда благодаря одной отрасли государство обеспечило себе стабильный источник дохода. Автомобили из Германии пользуются большой популярностью. На земном шаре нет такого места, где нет авто из Германии. Надёжные, комфортные и экономичные машины являются мечтой многих автолюбителей всех стран мира.

Во многом успех автомобильной отрасли Германии заключается в том, что это исконно немецкий вид продукции. Первые в мире двигатели внутреннего сгорания были изобретены именно на немецкой земле Карлом Бенцом и Николасом Отто. Там же появились первые автомобили, когда мотор был установлен на колёсную тележку. Уже на пороге двадцатого столетия по дорогам Германии колесили 900 серийных авто.

Талант инженеров и изобретателей в совокупности с врождённой настойчивостью и аккуратностью, не могли не привести к успеху. Основанные более ста лет назад компании, превратились в крупные концерны, образующие надёжный фундамент для национальной экономики.

Среди Европейских автопроизводителей Германия является безусловным лидером по количеству выпускаемых авто. В мировых масштабах немцы уступают лишь Японии, Китаю и США. Однако следует отметить, что количественные показатели волнуют немцев меньше, чем сохранение имиджа производителей самых качественных и надёжных транспортных средств.

Германия — страна мощной автомобильной культуры. Любовь немцев к управлению технологичным автомобилем и высокий уровень доходов делают Германию интересным рынком для автопроизводителей. Высокие технологии, высокое качество и безопасность в сочетании с комфортом — таким представляется немецкий автопром. На национальных производителей автомобилей и поставщиков работают более 800 000 сотрудников в одной

только Германии.

Крупнейший немецкий производитель — группа Volkswagen. В дополнение к бренду VW с долей в 20% идут Audi (8%), Skoda и Seat. Это ключевые бренды концерна Volkswagen. Роскошные бренды, такие как Bentley, Bugatti, Lamborghini являются частью автомобильной культуры, нежели продаваемыми брендами, и призваны поддерживать интерес к автопрому и автомобильной культуре. Последнее приобретение концерна — марка Porsche. После неудачной попытки купить Фольксваген, Porsche сама была куплена группой. В 2009 году Volkswagen приобрел скандинавского производителя коммерческих грузовых автомобилей Scania, а в 2011 был выкуплен бренд MAN.

Mercedes-Benz в Штутгарте является вторым по величине немецким автопроизводителем. Исторически сложилось так, что Mercedes производил транспортные средства высшего класса, и его рост в другие сегменты получился нисходящим — от дорогих представительских седанов к высококачественным малолитражным автомобилям. Mercedes занимает сейчас второе место по количеству новых регистраций автомобилей на немецком рынке. В дополнение к легковым автомобилям Mercedes-Benz выпускает очень успешные коммерческие фургоны и тяжелые грузовые автомобили. Автомобильный бренд Mercedes является самым узнаваемым немецким брендом в мире.

Opel, дочерняя компания концерна General Motors, была первоначально немецкой компанией, которая была приобретена на заре истории автомобильной промышленности американцами. Штаб-квартира компании расположена в Рюссельсхайме, Германия. Несмотря на то, что Опель выглядит и воспринимается как немецкий автомобиль, все же это немецкий бренд американского производителя. Opel успешно разрабатывается и производится в Германии, но компания сильно зависит от экономической ситуации в материнской компании GM. 10% всех регистраций новых автомобилей в Германии приходится на Opel. Сегмент рынка, выбранный Opel, — доступные малые и средние легковые автомобили и фургоны.

BMW позиционирует себя как производитель люксовых автомобилей со спортивным характером. Хотя марка предлагает всего несколько действительно спортивных автомобилей, любые ее модели, в том числе большие роскошные седаны, имеют некий налет спортивности. BMW является относительно небольшим производителем премиального сегмента с успешной брендинговой политикой. Дочерная марка Mini, доставшаяся концерну после несчастливой судьбы британского Rover, остается культом для молодых эпатажных людей. 8% новых регистраций автомобилей в Германии приходится на BMW. Прямой конкурент в Е-классе и премиум-сегменте, марка Audi периодически забирает пальму первенства у BMW. Вместе с тем, стоимость баварского бренда BMW, в 2012 году оценивалась в 24,62 млрд долларов, и это самая высокая цена среди автомобильных марок.

Американская компания Ford также имеет свое представительство и производство в Германии. Немецкий филиал концерна был основан в

Берлине в 1925 году под названием FordMotorCorporation. В 1939 году компания была переименована в FordWerke AG. После исключения миноритарных акционеров в 2002 году, компания сменила название на FordWerkeGmbH. 7% новых автомобилей в Германии носят шильдик Форд.

Автомобильная промышленность Германии очень чутко реагирует даже на самые незначительные изменения на мировом рынке. Большинство немецких концернов не ограничивают себя в выпуске определённого вида автомобилей. С конвейеров выходят не только легковые авто, но также коммерческие автомобили малой грузоподъемности, комфортабельные автобусы и грузовики. Такое разнообразие позволяет охватить большой сегмент авторынка и быстро перестраиваться под изменяющиеся потребности.

Немецкий автопром является лидером по разработке и внедрению инноваций. Особенно это заметно по активному поиску способов перевода автомобилей на альтернативные источники топлива. Проводится глобальная работа по максимальному снижению воздействия автотранспорта на окружающую среду.

Исторически сложилось так, что Германия сконцентрировала в пределах своей страны крупные автозаводы. Этот вид промышленности объединяет под своим началом огромное количество дополнительных отраслей. В частности работой обеспечены металлургия и металлообработка, станкостроение, химия, лёгкая промышленность и многие другие. С тем, как на сегодняшний день идут дела у немецких автомобилестроителей, государство защищено от любых негативных колебаний в мировой экономике. Перенос производства в другие страны позволяет минимизировать издержки и оперативно приспосабливаться к изменениям национальных экономик, предлагая людям неизменно высокое немецкое качество с учетом местных особенностей.

Автопром Германии настолько прочен и вынослив, что не боится никаких экономических потрясений. В то время как продажи автомобилей в других странах существенно снижаются, а вся Европа мечется в агонии, пытаясь избежать последствий кризиса, Германия набирает обороты. Чтобы не быть голословными приведем цифры. В марте 2011 года продажи в Европейском союзе упали на 5% по отношению к аналогичному периоду 2010 года, в Германии же количество проданных авто увеличилось на 16,5%. Немецкие автомобильные заводы занимают первое место в мире по конкурентоспособности. Даже подержанные автомобили, принадлежащие к какой-либо немецкой марке, пользуются огромной популярностью и являются удачным приобретением для многих автомобилистов. Объемы реализации таких марок как Volkswagen, BMW и других флагманов немецкого автопрома растут не только на внутреннем рынке, но и по всему миру. Так, в первом квартале 2011 года концерн BMW увеличил прибыль вчетверо, а Volkswagen -- в три раза. Неудивительно, что в прошлом году иномарки стали главным экспортным товаром Германии.

Но авто нужно не только правильно сконструировать, но и грамотно

продать, поэтому важную роль здесь играет политика государства. В 2009 году правительство Германии продемонстрировало находчивость и придумало способ, как поддержать спрос на отечественные автомобили. Была введена программа утилизации старых автомобилей. Сдав свое авто бывшее в употреблении, возраст которого больше девяти лет, в утилизацию, человек получал от государства 2500 евро, которые можно было с успехом потратить на покупку автомобиля в кредит.

Еще один фактор, благодаря которому авто рынок Германии занимает лидирующие позиции - умение быстро адаптироваться к потребностям покупателей. Сегодня все более актуальным становится производство экономичных и экологичных моделей. Германия использует эту тенденцию в свою пользу и инвестирует около 20 миллиардов евро в год на научные разработки.

В мировом масштабе динамику автомобильного производства в Германии в последние годы можно назвать посредственной. Ни одному из немецких автоконцернов не удалось в период 2006-2009 гг. достичь одновременно и высокого роста объемов продаж, и значительного увеличения стоимости. За исключением, пожалуй, Porsche, который смог благодаря VW существенно увеличить стоимость компании. "Немецкие производители, например, Volkswagen, Mercedes и немецкие дочерние компании американских концернов, растут на устойчивых рынках Европы и Северной Америки медленнее, чем японские и корейские компании", - Фрэнк Реттей, эксперт по автомобилям из A.T. Kearney. Немецкие автоконцерны перестали доминировать в мировой автоиндустрии. Лидирующие позиции занимают Toyota, GeneralMotors, Ford, Renault-Nissan, и только после них идет Volkswagen, хотя концерн из Вольфсбурга прикладывает все усилия для того, чтобы к 2020 году стать одним из трех лидеров отрасли и продавать около 15 млн. автомобилей.

Одним из решающих растущих сегментов для отрасли в ближайшие годы станет производство автомобилей стоимостью до 6000 долл. Этот сегмент будет расти наиболее значительно благодаря развивающимся странам. Почти все крупные автоконцерны намерены продвигать в ближайшие годы новые микролитражки. Volkswagen уже представил на Международном автосалоне новую концепцию под названием Up. Renault с маркой Dacia и итальянский FIAT, сотрудничающий с индийской Tata, продвинулись еще дальше. Они уже продают, либо планируют продавать автомобили такого класса. Согласно данным BostonConsultingGroup, в 2005 году на долю микролитражек приходилась одна четверть от 51 млн. автомобилей, продаваемых во всем мире, а в 2015 году их будет уже треть.

Поведение покупателей приведет в ближайшее время к тому, что отрасль станет еще более полярной. Клиенты будут все больше интересоваться, с одной стороны, марками класса "премиум", а с другой - дешевыми автомобилями.

Германия имеет неплохие шансы стать лидером в области производства электромобилей, уверена канцлер ФРГ Ангела Меркель

(AngelaMerkel). На это направлена госпрограмма, принятая в мае 2011 года. Она предусматривает освобождение покупателей электромобилей от уплаты транспортного налога сроком на десять лет. Для машин с электронной тягой власти обещают выделить на дорогах отдельные полосы и оборудовать специальные парковочные места. Кроме того, правительство ФРГ готово выделить миллиард евро на разработку аккумуляторных батарей.

Уже к 2020 году, по прогнозу властей, по дорогам Германии будет колесить не менее миллиона электромобилей. А еще через десять лет их число должно увеличиться до шести миллионов. В начале 2011 года в ФРГ были зарегистрированы только 2307 электромобилей. Однако у немецких автоконцернов большие планы. В среднесрочной перспективе все они планируют выпуск моделей с электрической тягой.

Сборка немецких автомобилей намного быстрее развито за границей. Развитие сети полномасштабных и сборочных производств немецких автомобилей во всем мире кардинально повлияло на структуру сотрудничества между автомобильными фирмами и производителями деталей и компонентов основных систем автомобильной техники. За счет этого немецкий автопром способен совершать поставки автомобилей по приемлемой цене и по индивидуальным требованиям любого заказчика.

В настоящее время практически все немецкие автомобили, включая самые дорогие модели, частично собираются из импортируемых запчастей, производимых в странах Восточной Европы и ЮВА. Массовый перевод автомобильных производств в восточноевропейские страны - прямое следствие двух факторов. Первый - промышленное производство в Германии слишком дорогое. Чехия, Словакия или Венгрия предлагают немецким концернам достаточно квалифицированных рабочих, претендующих на гораздо меньшие зарплаты и социальные гарантии. Второй - жесточайший дефицит высококвалифицированных инженеров в Германии.

Необходимо заметить, что сборка немецких транспортных средств за границей самая налаженная среди других автомобильных марок, благодаря чему владельцы немецких машин всегда могут приобретать в официальных салонах новые детали и высочайшее обслуживание.

Немецкая автопромышленность одна из первых задумалась о разработках альтернативного топлива и рассчитала тот факт, что 20 килограмм для среднестатистического автомобиля увеличивают расход топлива до 1%. Многие автоконцерны Германии выделяют ежегодно до 30% своего капитала на разработку новых горючих смесей и нюансов в системе безопасности.

Практическая работа №5

История и тенденции развития автомобильной промышленности в Италии.

Цель работы: изучение истории развития автомобильной промышленности в Италии.

Актуальность темы : заключается в том, что тема напрямую связана с историей развития автомобильной промышленности в Италии.

Теоретическая часть:

Вы только вслушайтесь, как звучат эти названия: Ламборджини, Фиат, Мазератти, Альфа Ромео, Феррари, Лянча. Только итальянцы могли так назвать марки отечественных машин, просто потому что они мастера по части красивых слов: вспомните, какие имена у их жителей, ну просто «белла!». Итальянцы, со свойственным им темпераментом, создают автомобили с таким же характером: быстрые, роскошные и дорогие.

Мало того, что Италию по праву считают одним из лидеров мировой автомобильной промышленности, к тому же их автомобили отличаются небывалой роскошью и ценой. Скажем сразу, что этих красавиц не часто встретишь на Российских улицах, но если это случается, то тут же, становится событием – уж очень эти малышки заметны.

Довольно таки удивительно, что страна с такой небольшой площадью и никогда не отличавшаяся завидным богатством смогла выйти на лидирующее место среди автопромышленных гигантов, однако, не смотря на парадокс, Италия это сделала. Видимо, процветание и успех приходят не только к сильным мира сего, а также к тем, кто готов идти вперед, несмотря на обстоятельства.

В стране работают 10 заводов по производству итальянских марок автомобилей:

- Де Томасо (DeTomaso)
- Альфа Ромео (AlfaRomeo)
- Инноченти (Innocenti)
- Фиат (Fiat)
- Лянча (Lancia)
- Чизета (Cizeta)
- Мазерати (Maserati)
- Абарт (Abarth)
- Ламборджини (Lamborghini)
- Феррари (Ferrari)

Далее мы приведем историю создания некоторых из них.

Концерн Фиат

Это имя приходит первым на ум, когда упоминается итальянский

автопром и по праву считается его визитной карточкой. Создан в 19 веке несколькими богатыми аристократами и их партнерами адвокатами и крупными промышленниками. Известны имена лишь трех из них: маркиза Альфонсо Фереро Де Вентамилья, граф Эммануэль де Брикеразио и граф-сенатор Бискарети Роберто. Сначала создали завод в Турине на 150 рабочих мест, где и началось первое профессиональное производство автомобилей в стране, хотя до этого машины пытались мастерить энтузиасты на лужайке перед домом, однако, ездить эти чудеса инженерной мысли наотрез отказывались.

Обреченный на успех, завод изначально выдавал легковые автомобили: постепенно росла численность рабочих, и расширялось производство. В начале 20 века компания начала производство первых грузовиков и гоночных автомобилей. Уже тогда, в 1911 году, был выпущен двигатель способный развивать скорость более двухсот километров в час, мощностью в 300 лошадиных сил, а ведь до сих пор многие производители мирового масштаба и в 2013 году не могут добиться таких результатов. Не удивительно, что болиды Фиат являются лучшими в мире, ведь еще в 1924 году автомобили концерна установили рекорд скорости в 235 км/ч.

В двадцатые годы началась I мировая война и завод принудили перестроиться на производство военной техники. Когда война закончилась, концерн Фиат вернулся на рынок автомобилей с мирной моделью, которая впоследствии стала народным любимчиком – это Fiat 400 Topolino. Можно сказать, что она стала так же популярна, как в свое время наш «Запорожец», и была практически у всех, кто мог себе позволить что-то дороже велосипеда. Итальянцам полюбилась эта машина, у нее даже появилось свое прозвище – «мышонок».

Такой успех был, возможно, не случайным, потому что идейным вдохновителем на запуск этого автомобиля и последующего – Fiat 520, оказался новый президент концерна Фиат, гонщик Джованни Аньели. После II мировой войны блестящий руководитель снова послужил спасителем для почти разваливавшегося концерна, договорившись, чтобы восстановление завода финансировалось правительством США, которое поддерживало Италию материально.

Благодаря этому в 60-е годы концерн снова заявил о себе как о мощном автомобильном лидере. Число рабочих на заводе Фиат достигло 100 000 и успехи были столь завидные, что руководство СССР заключило договор с концерном о помощи в строительстве аналогичного производства на берегу Волги. Союз двух держав разродился «Жигулями», который выпускают до сих пор и таким образом, наши машины можно по праву считать правнуками Фиата.

Альфа Ромео

Специализируется на выпуске спорткаров и машин для важных персон, их визитная карточка – скорость, надежность и роскошь. Создатели концерна начали свое восхождение к автомобильному Олимпу не праведным путем, однако, как видите, оно того стоило: руководство переманило одного из

главных инженеров Фиат, что послужило началу выпуска принципиально отличающихся от производимых ранее спортивных автомобилей.

Впервые успех посетил компанию после выпуска модели RL в 1920 году, он известен еще по прозвищу «маленький РолсРойс. Также в этот год на гонках отличился болид от Альфа Ромео и с тех пор о концерне заговорили. Попробовав производить спортивные машины и роскошные автомобили для богатых, в конечном итоге, компания пришла к решению производить их гибриды, то есть супер роскошные спортивные машины.

До 70-х годов 20 века концерн Альфа Ромео был на вершине славы, однако далее пошел такой спад, что руководство было вынуждено объединиться с одним из гигантов автопрома, чтобы удержать свои позиции. Известно, что велись переговоры по слиянию с Форд и БМВ, но договориться так и не удалось. Единственный, кто протянул руку помощи, оказался Фиат. Таким образом, завод, который стал родоначальником Альфа Ромео, принял компанию под свое крыло, и с этого момента началась новая история успеха обеих марок.

Лянча

Такое впечатление, что пример создателей Фиата уж очень вдохновил множество людей, потому что в конце 19 – начале 20 веков возник не только Фиат и Альфа Ромео, но и Лянча и опять-таки в городе Турин. Первое упоминание о компании датируется 1906 годом, создателем считается известный в то время гонщик Винченцо Лянча на пару со своим компаньоном Клаудио Фоджолино. Спустя год работы компании свет увидел первый автомобиль, который так и называли «Альфа» (Alpha), позже, вышла модефицированная версия с 6-ти цилиндровым двигателем под названием «ДиАльфа» (Dialpha).

Через семь лет после основания компании был выпущен автомобиль, который надолго запомнился, как самый надежный в то время – Lancia Theta. Фурором был тот факт, что электрическая подсветка была предусмотрена уже в базовой версии авто, в то время, как другие производители устанавливали эту функцию за отдельную плату.

Во время первой мировой войны концерн не обошла участь других авто заводов и на его станках начала изготавливаться бронетехника и грузовики. В это же время велись разработки двигателей с 8 и 12 цилиндрами. К окончанию войны завод занимал территорию размером более 50 000 квадратных метров.

Особая гордость концерна Лянча увидела свет в 1921 году. Это был первый автомобиль с несущим кузовом и независимой подвеской Lancia Lambda. Выпуск этого автомобиля продолжался до 1931 года.

Компания Лянча продолжала вводить конструкторские идеи по поводу улучшения комфорта пассажиров и технических характеристик. Следующей революционной моделью оказалась Astura, в которой отсутствовала вибрация внутри кузова при работе двигателя. Это изобретение инженеров компании было запатентовано и заключалось в том, что двигатель соединили с рамой кузова. Эта модель была последней, к которой имел отношение основатель

концерна Винченцо Лянча, так как спустя некоторое время он умер (февраль 1937 года).

Историю концерна продолжили такие модели: Aurelia (с 6-ти цилиндровым V образным двигателем), Stratos (спорткар с двигателем Ferrari Dino V6), Thesis (выпускается в настоящее время, седан бизнес-класс).

Хотим сказать, что про концерн Лянча и его вклад в автомобильное строительство говорят мало, хотя именно он был первым в революционных разработках для удобства, увеличения скорости и безопасности автомобилей.

Главенствующая роль в Итальянской промышленности занимает автомобилестроение, в которой работает около 2.3 млн. человек, что составляет первое место по количеству рабочих мест. Индустрия не только полностью покрывает все нужды Италии, но и экспортирует крупные партии машин за рубеж (в основном легковые автомобили), в том числе и в Россию. По качеству выпускаемых машин Италия по праву занимает ведущие места в мировом автомобилестроении. По мощности заводов Италия занимает 5 место в мире после Японии, Германии, США, Франции.

Особенное положение в автомобильной промышленности занимает концерн Fiat – самый большой в стране. Заводы концерна разбросаны по всей стране. На них выпускают преимущественно легковые автомобили, а также грузовики, отдельные силовые агрегаты, трамваи, электровозы, трактора, локомотивы и т.д. Помимо того, концерн имеет акции в строительной и судостроительной области. Знаменитая гостиница Турина «Стампа» также принадлежит концерну.

Особенно много заводов Фиат в Турине и его пригородах. Инженеры Фиат принимали участие в создании завода в Тольятти (Автоваз) в бывшем Советском Союзе. Также в стране есть заводы, выпускающие эксклюзивные гоночные автомобили «Феррари» и «Мазератти». В Италии много мотороллеров. Это по истине их родина. Итальянские мотороллеры пользуются спросом во многих странах. В последнее время продукция автогиганта Фиат стала пользоваться популярностью не только внутри самой страны, но и в России. Руководство концерна постоянно обновляет свои модели, делая их востребованными на рынке.

Италия – высокоразвитая страна, где широко представлен новый постиндустриальный тип экономики.

После второй мировой войны экономика страны развивалась более быстрыми темпами, чем в других развитых странах. Это было обусловлено притоком капитала из США, наличием дешевой рабочей силы, развитием туризма и ростом доходов этой отрасли. Все это позволило Италии приблизиться к странам-конкурентам.

Индустриализация страны завершилась в 1960-е гг., в период так называемой «чудо-экономики». Нехватка природных ресурсов явилась решающим фактором выбора принципа экономического преобразования: экспортировать, чтобы выжить.

Все послевоенные кризисы не обошли Италию. В середине 70-х гг. в Италии имел место серьезный экономический спад, вызванный

энергетическим кризисом.

В 80-е гг. итальянская экономика преодолела новый экономический кризис, обуздав инфляцию и начала промышленную реконструкцию. Следствием этого явилось бурное развитие электронной и химической промышленности.

Девяностые годы не обошлись без потрясений. Безработица достигла угрожающих масштабов, только в 1993 г. было потеряно 230 тыс. рабочих мест. Безработица и дестабилизирующее воздействие рабочих волнений стали одной из основных проблем правительства Италии.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Царев, В.А. Автомобильный транспорт в России и за рубежом / В.А. Царев. – Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2011. – 55 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143306>. – ISBN 978-5-7994-0454-3.

Перечень дополнительной литературы

1. Гудцов, В. Н. Современный легковой автомобиль. Экология. Экономичность. Электроника. Эргономика. (Тенденции и перспективы развития) : [учеб.пособие] / В.Н. Гудцов. - М. : КНОРУС, 2012. - 448 с. : ил. - На учебнике гриф: Рек.УМО. - Библиогр.: с. 447. - ISBN 978-5-406-00973-4

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks.
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line».
3. Электронно-библиотечная система Лань.