

Отечественный автопром как объект информационной политики

Научный руководитель – Иванова Людмила Викторовна

Потапенко Дмитрий Сергеевич

Студент (магистр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: 9179675884dimon@mail.ru

Автомобильная промышленность, являясь основной отраслью отечественного машиностроения Российской Федерации, играет важную роль в экономической и социальной сфере развития страны.

Ситуацию, которая сформировалась в последние несколько лет в сфере отечественного автопрома, можно охарактеризовать как неоднозначную. С одной стороны, современный рынок переживает высокий рост, который вызван, в частности, увеличением покупательской способности россиян, а также расширением потребительского кредитования и усилением национальной валюты. С другой стороны, происходит постоянное снижение объемов выпуска продуктов отечественных производителей на автомобильном рынке, в то время внутри ценовых сегментов конкуренция растет.

Для развития автомобильного рынка в Российской Федерации с 2005 года был введен режим «промышленной сборки», который предусматривает поэтапную локализацию производства автомобильной техники и компонентов на территории России, в том числе привлечения иностранных вложений. В итоге доля прямого импорта автомобильной техники замещается продукцией, произведенной в Российской Федерации [2, с. 27].

В результате введения зарубежного автопроизводства в экономику страны, вследствие недостаточного объема необходимых по законодательству минимальных производственных мощностей (25 тыс. автомобилей в год), не установились предпосылки, которые бы создали экономически выгодное современное производство в отечественном автопроме.

Итоги информационной политики государства по вовлечению иностранных инвестиций в автомобильную отрасль, не дают положительных результатов, в первую очередь, для конечных потребителей, что в конце концов сказывается на недостаточном и неполноценном развитии автомобилестроения. Ввиду этого, Правительственная комиссия по повышению устойчивости развития российской экономики 10 ноября 2009 г. приняла проект по разработке программы «развития автомобильной промышленности России на период до 2020 года».

«Стратегия развития автомобильной промышленности России на период до 2020 года», которая разрабатывалась на основании действующих решений Правительства, антикризисных мер и долгосрочного социально-экономического развития страны [4, с.4].

Эта стратегия направлена на определение нужного курса для развития автомобильной промышленности Российской Федерации, на среднесрочную и долгосрочную перспективу путей их выполнения; для обеспечения на основании государственно-частного партнерства скоординированных действий органов государственной власти различных уровней, а также бизнеса по приоритетным направлениям развития отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе; для выявления наиболее важных направлений по составлению и изменению законодательной и нормативной правовой базы развития автомобильной промышленности; для утверждения принятых разработок на государственном уровне по реализации целевых программ и проектов по развитию автомобильной промышленности.

В 2017 году стартовали продажи Веста SW и Веста SW Cross. Ценовой сегмент достиг наивысшей точки за все время существования АВТОВАЗа. Максимальная цена в комплектации люкс составила 829,9 - 847,9 тыс.руб.. Как и планировало руководство АВТОВАЗа Веста SW и Веста SW Cross стали новым достижением в диапазоне цен от 800 тыс.руб. Заметно вырос спрос на эти модели. По данным Росстата, в большинстве регионов каждый девятый новый купленный автомобиль это Веста. Но есть регионы, где процент покупки отечественных автомобилей остается на прежнем уровне. И существенных изменений не наблюдается. Это доказывает, что информационная политика должна идти «в ногу» с новыми моделями. То есть помимо того как выходит новый продукт отечественной сборки, необходимо предоставить его потребителю как можно ярче. Для этого нужно продолжать разработку ряда мер для повешения популярности отечественных автомобилей. Усовершенствовать старые программы, внедрять и разрабатывать новые. Так же финансово стимулировать покупателей.

Действующие руководители АВТОВАЗа считают приоритетным создание положительного имиджа компании. Качество автомобилей на сегодняшний день достигло уровня европейских стандартов, где одной из главных составляющих задач по продвижению автопрома - это лицо компании. Веста - это автомобиль, несравнимый с «жигулями». Данный автомобиль по характеристикам не уступает корейским автомобилям. Необходимо донести эту информацию до потребителя, убедить, что «Лада» не дешёвая машина, которая собирается из некачественных составляющих и некомпетентными специалистами. Важным шагом, как считает Николай Мор, является реклама новых моделей, на примере автомобиля «Веста». Является приоритетной задача по убеждению потенциальных покупателей, что этот автомобиль не только радует своим внешним видом, но и комфортом, имеет все необходимые функции и широкий выбор опций. Для рекламы мы видим необходимость его использования в российском таксопарке. Благодаря этому потенциальные клиенты могут ощутить реальные изменения в отечественном автомобилестроении на практике. Для этого мы видим актуальным создание программы по внедрению автомобилей Лада «Икс» в сферу оказания услуг перевозки. Простыми словами нужно «посадить» всех таксистов на «Весту» и «Иксерей».

По данным агентства «Автостат» рынок поддержанных автомобилей с на 2016 год составил 5,19 млн. машин (+6% к уровню 2015 г.). На фоне продолжающегося уменьшения дохода населения спрос на автомобили сдвигается в сторону более дешевых моделей. Подобная тенденция наблюдается и на рынке новых автомобилей. В частности, динамика продаж «АвтоВАЗа» оказалась лучше общей ситуации по рынку. Продажи концерна под брендом LADA выросли по итогам года на 0,5%. Поэтому мы считаем важным внедрение и развитие программ, нацеленных на стимулирование покупки новых автомобилей.

Источники и литература

- 1) Автомобильный рынок РФ: итоги 2016 года и перспективы [Электронный ресурс] // Аналитическая серия ИКСИ, 2017. - № 86 (183). - 4 с. - Режим доступа: <https://icss.ru/otrasli-i-ryinki/mashinostroenie/avtomobilnyij-rynok-rf-itogi-2016-goda-i-perspektivy>.
- 2) Гордеев, Р.В. Российское автомобилестроение: результаты, тенденции и перспективы / Р.В. Гордеев, А.И. Пыжев // Экономический анализ: теория и практика. - 2014. - №48 (399). - С. 26-37.
- 3) Елсуков, М. Ю. Кластерная политика на новом этапе развития автомобилестроения / М.Ю. Елсуков, И.Ф. Фомин // Управленческое консультирование. - 2017. - №1. - С.103-118.

- 4) Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года: приказ от 23 апреля 2010 года № 319 (с изменениями на 27.12.2013) // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс] / ТехноЭксперт. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/456051789>