

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

SOCIAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF THE RUSSIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY

**A. Belov
E. Karpova**

Summary. The article discusses the social aspects of the competitiveness of the automotive industry on the example of AvtoVAZ, GAZ, KAMAZ. It was revealed that in the past year, many automakers showed good results, as evidenced by an increase in the production of cars of various categories and the share of exports to foreign countries. The production indicators of the competitiveness of the enterprise, internal social factors are considered. Competitiveness is defined as the ability / ability of an enterprise to effectively use the financial, production and personnel potential. It was revealed that social aspects are associated with internal social factors, acting in the form of the potential capabilities of the enterprise, aimed at ensuring its competitiveness and determined by the management of the organization. Internal social factors include stability/fluidity of personnel, qualifications of specialists and opportunities for its improvement, wages, and social guarantees for employees. It has been determined that in the framework of considering the social aspects of the competitiveness of automakers in the current situation, the most significant policy of social responsibility of automakers seems to be the most significant, which involves building their work on the principles of honesty and openness, focusing on sustainable development and social welfare, in particular, on creating the most comfortable working conditions for their employees.

Keywords: automotive industry, automakers, car exports, competitiveness, automotive market, sanctions against Russia.

Белов Александр Сергеевич

Аспирант

Российский Государственный Университет

им. Косыгина

anchors.kroit@gmail.com

Карпова Елена Григорьевна

Профессор, доктор педагогических наук

Российский Государственный Университет

им. Косыгина

atomtim@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются социальные аспекты конкурентоспособности автомобильной промышленности на примере предприятий АвтоВАЗ, ГАЗ, КАМАЗ. Выявлено, что в прошедшем году многие автопроизводители демонстрировали высокие результаты, о чем свидетельствует увеличение выпуска автомобилей различных категорий и доли экспорта в зарубежные страны. Рассмотрены производственные показатели конкурентоспособности предприятия, внутренние социальные факторы. Конкурентоспособность определена в качестве способности / умения предприятия эффективно использовать финансовый, производственный и кадровый потенциал. Выявлено, что социальные аспекты связаны с внутренними социальными факторами, выступающими в форме потенциальных возможностей предприятия, направленных на обеспечение его конкурентоспособности и определяемые руководством организации. К внутренним социальным факторам отнесены стабильность / текучесть кадров, квалификация специалистов и возможности ее повышения, размер заработной платы, социальные гарантии работников. Определено, что в рамках рассмотрения социальных аспектов конкурентоспособности деятельности автопроизводителей в текущей ситуации представляется наиболее значимой политика социальной ответственности автопроизводителей, которая предполагает построение их работы на принципах честности и открытости, направленности на стабильное развитие и общественное благосостояние, в частности, на создание максимально комфортных условий труда для своих работников.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, автопроизводители, экспорт автомобилей, конкурентоспособность, рынок автомобилестроения, санкции против России.

Актуальность темы статьи заключается в том, что существенная доля автомобилестроения в структуре экономики страны характеризует уровень ее развития. В последние годы в России был создан ряд программ по развитию кадров автомобильной промышленности и социальной политики в данной области [1]. Исследование конкурентоспособности на автомобильном рынке — это важная часть изучения экономики страны в целом. В современных услови-

ях экономической нестабильности ситуация в данной отрасли стремительно изменяется. При этом нужно учитывать, что автомобильная отрасль активно воздействует на развитие и финансовое процветание, как отдельных стран, так и всего мира в целом [3]. Значимыми для автомобильного рынка стали: неопределенность геополитической ситуации, ослабление курса рубля, а, следовательно, повышение цен на автомобили и ставок по автокредитам. Все это существенно

повлияло на изменение рыночной ситуации в данном сегменте [4].

Понятие конкурентоспособности предприятия трактуется по-разному. С одной стороны, исследователи акцентируют внимание на производственных показателях: качество управления, объем продаж, уровень развития технологий, эффективность хозяйственной деятельности и производственного потенциала — обладание высокими оценками по данным параметрам дает предприятию возможность развиваться в долгосрочной перспективе (Р.Р. Алеев, Е.В. Бакальская [1], Е.В. Бакальская [3]).

С другой стороны, авторы отмечают, что главными параметрами конкурентоспособности являются внутренние факторы, отличающиеся гибкостью, ориентированностью на потребности потребительского рынка и имеющие социальный характер, такие как: способность занимать определенную долю рынка, способность производить конкурентоспособный товар и его продавать, степень удовлетворения конкретной потребности (С.А. Володин [4], М.А. Гурина, А.Д. Моисеев [5], А.В. Климова [7], Е.А. Сулимова, А.А. Лигаи [8]). В данном случае речь идет о социальных аспектах конкурентоспособности, когда данное понятие представляется в качестве способности / умения предприятия эффективно использовать финансовый, производственный и кадровый потенциал. Социальные аспекты связаны с внутренними социальными факторами, выступающими в форме потенциальных возможностей предприятия, направленные на обеспечение его конкурентоспособности и определяемые руководством организации. К внутренним социальным факторам следует отнести стабильность / текучесть кадров, квалификация специалистов и возможности ее повышения, размер заработной платы, социальные гарантии работников. Характеризуя данные факторы, можно определить возможности преодоления производственных и кадровых проблем.

Так, по данным аналитического агентства Автостат, в 2021 году российские заводы продали за рубеж 89 100 единиц техники на \$1 млрд., 398 млн. 200 тыс. Этот показатель превышает аналогичный за минувший год на 37,2% [2]. Что касается 2022 года, то ситуация значительно ухудшилась. Российский авторынок, который последние годы занимал четвертую строчку в европейском рейтинге, по итогам девяти месяцев 2022-го впервые за много лет выпал из пятерки лидеров, пропустив вперед Италию и Испанию. Начиная с марта, Россия стала терять позиции по объему месячных продаж, оказавшись в июне на десятом месте в Европе позади таких стран как Польша, Бельгия, Нидерланды и Швеция. При этом население всех этих государств в разы меньше,

чем в России, а уровень автомобилизации — напротив, гораздо выше. Однако в дальнейшем Россия смогла частично вернуть утраченные позиции, закрепившись на шестой строчке европейского рейтинга [2].

Проведение анализа существующего положения в автомобильной отрасли показало, что в 2021 году, как мировой, так и отечественный рынок автомобилестроения успешно развивался. Изменения произошли в 2022 году, когда были введены финансовые санкции против России, что привело к возникновению производственных и кадровых проблем.

При рассмотрении деятельности ведущих автопроизводителей было уделено внимание экспорту автомобилей, как основному показателю конкурентоспособности автомобильной промышленности на мировом рынке автомобилестроения. Рассматривая данное направление, можно отметить, что российские автомобили экспортируются во многие страны, причем импортерами выступают не только страны СНГ, но и иные государства, в которых недостаточно развито автомобилестроение. Это свидетельствует о том, что российская автомобильная промышленность является достаточно конкурентоспособной с точки зрения производственных показателей. Что касается экспорта в европейские страны с развитым автомобилестроением, то вполне закономерно, что они не выступают в качестве импортеров российских автомобилей, имея внутренние возможности для удовлетворения своих нужд, а в 2022 году это связано еще и с введением санкций. В целом, не смотря на имеющиеся трудности, основные российские автопроизводители не прекращают производство автомобилей.

В рамках рассмотрения социальных аспектов конкурентоспособности деятельности автопроизводителей в текущей ситуации представляется наиболее значимой политика социальной ответственности автопроизводителей, которая предполагает построение их работы на принципах честности и открытости, направленности на стабильное развитие и общественное благосостояние, в частности, на создание максимально комфортных условий труда для своих работников [5]. Значительная роль принадлежит внутренним факторам влияния на конкурентоспособность, что касается эффективного использования кадрового, общественного, культурного и управленческого потенциала организации. Поскольку во многом успешность функционирования предприятий автомобильной промышленности зависит от квалифицированных специалистов, то одним из направлений преодоления сложившейся кризисной ситуации является разработка конкурентоспособной стратегии кадровой политики.

С данных позиций следует рассмотреть деятельность вышеназванных ведущих российских автопроизводителей. На основе анализа аналитических данных и опросов кадровых агентств «Стафф-АП, hh.ru, SuperJob, а также официальных данных крупных российских автопроизводителей АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ, КАМАЗ целесообразно отметить, что рынок труда в данной отрасли активен, о чем свидетельствуют следующие данные. По данным октября 2022 года, на сайте hh.ru количество вакансий группы ГАЗ насчитывало 211 по всем регионам России, вакансий ОАО КАМАЗ — 621 по сравнению с 12% падением количества вакансий в целом по данной отрасли в начале осени [6]. С одной стороны, наблюдается некоторая стабилизация ситуации на рынке труда, с другой, компаниям необходимо проводить эффективную социальную политику, направленную как на привлечение новых сотрудников, так и на удержание уже работающих специалистов. Так, в АвтоВАЗ традиционно на высоком уровне поддерживается отношение к «человеческим ресурсам» и понимание их роли в коммерческом успехе предприятия. Корпоративная система управления предусматривает большой набор инструментов и методов работы с персоналом, в том числе проверенную и осмысленную за многие годы социальную политику. Разнообразные социальные льготы и гарантии, социальные программы и программы помощи работникам позволяют привлекать и удерживать наиболее ценные кадры, укреплять лояльное отношение работников к предприятию, способствуют достижению целей предприятия. О социальной направленности деятельности АвтоВАЗ свидетельствует предложение о включении в программу льготного автокредитования пенсионеров и военнослужащих, чтобы поддержать спрос на отечественном авторынке.

Один из крупнейших автомобилестроителей страны — Группа «ГАЗ» — нацелен на расширение корпоративных программ обучения. Теперь они касаются не только повышения квалификации, но и освоения новых профессий. Техническое перевооружение компаний группы привело к масштабному запросу с их стороны на новые компетенции, и поэтому в компании была создана собственная система подготовки кадров. Такая кадровая политика вполне соответствует новому индустриальному тренду — ориентации на человекоцентричность. По мнению представителей группы «ГАЗ», широкие возможности самореализации не только повысят эффективность освоивших новые специальности сотрудников, но и позволят им раскрыть свои таланты и стать более успешными.

Основа профессионального обучения и переобучения в Группе «ГАЗ» — корпоративный университет, предлагающий множество уникальных программ для повышения квалификации руководителей, специали-

стов и рабочих по наиболее востребованным специальностям. Сотрудники Группы имеют возможность пройти дополнительное обучение по корпоративным программам MBA. Переобучение на другую специальность вызывает интерес к новому занятию, повышает мотивацию сотрудника и, соответственно, его эффективность. Для компании это выгоднее, чем нанимать новые кадры, потому что она получает заведомо лояльных сотрудников, благодарных за новые возможности.

С 2017 года Группа «ГАЗ» реализует «Программу развития лидеров», которая готовит специалистов, способных работать на ответственных должностях и решать задачи любой степени трудности. В 2020 году в Группе «ГАЗ» была впервые запущена акселерационная программа «Тест-драйв». Ее цель — развитие предпринимательского мышления сотрудников, получение опыта в реализации стартапов, в поиске новых векторов развития бизнеса. Параллельно в Группе «ГАЗ» развивают стартовую площадку для реализации неординарных производственных идей.

КАМАЗ — социально ответственное предприятие. Компания является градообразующим предприятием города Набережные Челны и действует ради долгосрочных интересов и благосостояния своих сотрудников. Кадровая политика КАМАЗ направлена на формирование сплоченного коллектива профессионалов, нацеленных на высокий результат. Ее приоритетными направлениями являются: подбор и трудоустройство перспективных работников; развитие персонала (оценка, работа с резервом, обучение, повышение квалификации); мотивация работников; развитие корпоративной культуры; систематическая работа по улучшению условий труда.

КАМАЗ ведет планомерную работу по повышению престижа рабочих и инженерных профессий, старается сделать процесс продвижения сотрудников по карьерной и профессиональной лестнице внутри компании максимально прозрачным. Путем участия в производственной системе, работе проектных групп, конкурсах профессионального мастерства каждый работник имеет возможность для должностного и профессионального развития. Начальники и мастера отвечают за правильную организацию труда, здоровый морально-психологический климат в рабочем коллективе, своевременную информированность и безопасность труда. В компании ценят сотрудников, которые проявляют инициативу, являются профессионалами своего дела, способны эффективно работать в команде, в соответствии с Кодексом корпоративной этики.

Таким образом, в результате изучения социальных аспектов конкурентоспособности были выявлены ос-

новые направления деятельности автопроизводителей в социальной и кадровой политике по улучшению сложившейся ситуации на рынке: формирование корпоративной системы управления, предусматривающей большой набор инструментов и методов работы с персоналом; расширение корпоративных программ обучения; повышение мотивации сотрудника; формирование сплоченного коллектива профессионалов; повышению престижа рабочих и инженерных профессий; возможности продвижения сотрудников по карьерной и профессиональной лестнице; ответственность должностных лиц за правильную организацию труда, здоровый морально-психологический климат в рабочем коллективе.

Для повышения конкурентоспособности российской автомобильной промышленности необходимо использовать возможности, ориентированные на кадровый потенциал компаний. Поскольку наиболее востребованными в отечественном автомобилестроении стали специалисты в сфере информационных технологий, то необходимо создание собственных школ подготовки IT-кадров. Важным является повышение уровня вовлеченности сотрудников предприятий автомобилестроения в производственный процесс, что требует пересмотра стратегии кадровой политики. Перспективным направлением должна стать совместная работа автопроизводителей, поскольку только за счет сотрудничества можно добиться подъема отечественной автомобильной промышленности в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алеев Р.Р. Конкуренция на автомобильном рынке в современных условиях / Р.Р. Алеев, Е.В. Бакальская // Аллея науки. 2017. Т. 2. № 16. С. 249–251.
2. Аналитическое агентство Автостат. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/52507/> (дата обращения: 09.11.2022)
3. Бакальская Е.В. Взаимодействие производства и торговли в контексте рынка / Е.В. Бакальская // Аллея Науки. 2017. № 10. Т. 1. С. 497–500.
4. Володин С.А. Роль социальных аспектов в обеспечении конкурентоспособности организации // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015016964> (дата обращения: 09.11.2022).
5. Гурина М.А., Моисеев А.Д. Социальная ответственность как основа эффективного управления и условие повышения конкурентоспособности современной организации // Вестник ВГУИТ. 2017. № 4 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-kak-osnova-effektivnogo-upravleniya-i-uslovie-povysheniya-konkurentosposobnosti-sovremennoy-organizatsii> (дата обращения: 09.11.2022).
6. Динамика вакансий в профессиональных областях. URL: <https://stats.hh.ru/#dynamicVacancies%5Bactive%5D=true> (дата обращения: 03.11.2022).
7. Климова А.В. Социальные аспекты конкурентоспособности // Мир экономики и управления. 2014. № 14(2). С. 142–154.
8. Сулимова Е.А. Особенности социальной ответственности бизнеса за рубежом и в России / Е.А. Сулимова, А.А. Лигай // Инновации и инвестиции. 2020. № 3. С. 93–96.

© Белов Александр Сергеевич (anchors.kroit@gmail.com), Карпова Елена Григорьевна (atomtim@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»