

**АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ МЕТОДОЛОГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЯ  
В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ПРОМСБОРКИ**

© 2024 А.С. Клентак

Самарский государственный технический университет, г. Самара, Россия

Статья поступила в редакцию 6.08.2024

В работе представлены результаты актуализации проблемы создания методологии обеспечения конкурентоспособности автопроизводителя в условиях создания промсборки.

Ключевые слова: конкурентоспособность; качество; промсборка; автомобиль.

DOI: 10.37313/1990-5378-2024-26-4-105-108

EDN: ECXVNF

В соответствии с приказом Минэкономразвития РФ, Министерства промышленности и энергетики РФ и Минфина РФ от 15 апреля 2005 г. N 73/81/58н «Об утверждении порядка, определяющего понятие «промышленная сборка» и устанавливающим применение данного понятия при ввозе на территорию Российской Федерации автокомпонентов для производства моторных транспортных средств товарных позиций 8701-8705 ТН ВЭД, их узлов и агрегатов», под «промышленной сборкой» моторных транспортных средств понимается система серийного производства на основе технологических процессов, обеспечивающая проектные производственные мощности предприятия не менее 25 тысяч единиц в год при двухсменном режиме работы, включая: сварку, окраску и сборку кузова; монтаж оборудования салона; монтаж силового агрегата, рулевого механизма, передней и задней подвески, выпускной системы; монтаж электрооборудования, элементов подвески; монтаж элементов экстерьера; обязательное проведение контрольных испытаний готовых моторных транспортных средств.

Таким образом, реализуя принятую международную практику на территории нашей страны распространяется система создания предприятий промсборки автомобилей, которая довольно успешно реализуется и в настоящее время с поправкой на перечень международных автомобильных концернов, который существенно изменился после ввода ряда ограничений со стороны западных предприятий отрасли. При этом восточные и в первую очередь китайские партнеры в настоящее время активно развивают проекты по промсборке автомобилей в нашей стране.

Сегодня создание предприятий по промсборке продукции следует рассматривать как

*Клентак Анна Сергеевна, кандидат технических наук, старший научный сотрудник. E-mail: anna\_klentak@mail.ru*

стратегический элемент обеспечения конкурентоспособности, поскольку его реализация обеспечивает для производителя возможности связанные с развитием рынка продаж. При этом многие развивающиеся государства, для привлечения индустриальных лидеров в свои производственные отрасли экономики создают преференции связанные, например связанные со снижением пошлин для ввоза комплектующих при условии локализации производства. Что повышает экономическую эффективность такого рода проектов в сравнении с экспортом готовой продукции, а кроме того обеспечивает развитие производства на новых региональных рынках присутствия автопроизводителей.

Рассматривая деятельность крупнейших автопроизводителей, можно отметить, что для абсолютного большинства из них создание предприятий по промсборке представляет собой один из значимых инструментов обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке [1, 2].

В отечественной практике автомобильного производства, также существуют примеры по созданию предприятий промсборки, причем наши автопроизводители такие предприятия создают как внутри страны, так и за рубежом.

Например, АВТОВАЗ и Группа ГАЗ осуществляют сборку автомобилей своего модельного ряда в городе Аргуне, Чеченской республики на предприятии «Чеченавто». В городе Ижевск, на площадях предприятия Ижевского автозавода, действует производство автомобилей LADA Ижевск, где собирают автомобили из машинокомплектов, произведенных в Тольятти.

Рассматривая международный опыт создания предприятий промсборки наших автопроизводителей, также можно выделить опыт АВТОВАЗ, который в различные периоды, имел соглашения о промсборке автомобилей в Финляндии, Египте, Узбекистане и Казахстане. Крупнейший российский производитель грузовых

автомобилей КАМАЗ также активно реализует стратегию связанную с созданием предприятий промсборки во Вьетнаме, Индии, Иране, Арабских Эмиратах.

Крупноузловая сборка техники «Группы ГАЗ» организована на заводе компании Mersa Otomotiv. Производство находится в г. Сакарья, расположенном в 150 км от Стамбула.

Таким образом, несмотря на существующие в настоящее время ограничения, российский автомобильный рынок представляет значимый интерес для иностранных автопроизводителей с точки зрения создания производственных площадок, в то же время отечественные автопроизводители, также нацелены на зарубежные рынки и стремятся создать предприятия промсборки в новых регионах присутствия [3 – 5].

Рассматривая деятельность головного предприятия автопроизводителя с точки зрения развития производственной базы, через создание промсборки, на территории страны или за рубежом, возникает комплексная научно-техническая проблема, связанная с обеспечением качества решений и действий организации нацеленной на обеспечение конкурентоспособности своей продукции на новых региональных рынках.

Комплексность рассматриваемой проблемы определяется целой группой факторов, которые на наш взгляд оказывают самое значительное влияние на перспективы конкурентоспособности продукции автопроизводителя, если он рассматривает возможность создания промсборки.

Начнем рассматривать эти факторы с вопросов качества продукции, с которой автопроизводитель выходит в режим промсборки. Например, существующий опыт, связанный с реализацией экспортных операций по поставке новых автомобилей на зарубежные рынки показывает, что неудачный выбор продукта, недостаточно обстоятельная организация процессов обслуживания продукции в эксплуатации, приводит к фиаско и долгосрочной потере интереса со стороны потребительского сообщества к соответствующему автопроизводителю. Так, например, было с китайскими автопроизводителями, которые в нулевые годы двадцать первого столетия активно выходили на российский рынок. Недостатки качества продукции, а также отсутствие или неразвитость системы поставки запасных частей, материалов и соответствующего обслуживания привело к тому, что российский потребитель более чем на десять лет отказался от покупки целой гаммы брендов китайского автопрома. В это же время, следует сказать, что текущий опыт выхода китайских автопроизводителей на наш рынок, более успешен и связан с хорошо выполненной работой над ошибками и с точки зрения обеспечения технического качества продукции,

удовлетворенности потребителей, совершенствования сервисной базы и поставки оригинальных запасных частей. Плюс к этому уже в последние годы китайские автопроизводители стали активно входить на российский потребительский рынок используя инструментарий организации промсборки.

Организация промсборки всегда связана с обеспечением единства стандартов качества продукции выпускаемой на основной площадке автопроизводителя и собственно на промышленных площадках осуществляющих производство с использованием машинокомплектов. Отличие в параметрах потребительского качества оригинальных автомобилей страны происхождения и продукции промсборки однозначно негативно сказывается на потребительской удовлетворенности. Существующий опыт по данному вопросу такой, что можно привести примеры, когда иностранные автопроизводители выходили на российский рынок через экспорт продукции и созданием предприятий промсборки, потребитель предпочитал покупать автомобили из экспорта, игнорируя продукцию промсборки, имеющую, по его мнению, значительные недостатки. Эта ситуация, например, была характерна для японских автомобилей на начальном этапе производства, были схожие проблемы и с продукцией немецких и французских автопроизводителей [6, 7].

При организации экспортных операций и создании промсборки, также необходимо учитывать особенности эксплуатации автомобилей. Так в качестве примеров можно привести многочисленные инциденты, связанные с тем что недостаточно качественная омологация автомобилей к климатическим или дорожным условиям нового региона, как правило приводит к проблемам и потере рынков сбыта. При этом также необходимо рассматривать инструменты, обеспечивающие наиболее эффективное и оперативное решение проблем качества продукции в процессе эксплуатации, иными словами, автопроизводитель на старте проекта промсборки должен оценить качество продукции с точки зрения специфических особенностей нового рынка, а также обеспечить надлежащую работу системы оперативного анализа и устранения проблем с качеством продукции в эксплуатации [8, 9].

Важным аспектом при организации промсборки является вопрос обеспечения удовлетворенности потребителей не только с точки зрения технического качества продукции, которое должно несомненно соответствовать качеству продукции основного автопроизводителя. Здесь необходимо также рассмотреть вопросы связанные с потребительским восприятием качества, которое может отличаться на разных рынках. Соответственно, автопроизводитель обязан

проводить комплексные исследовательские мероприятия направленные на изучение потребительского рынка как с точки зрения обеспечения необходимого уровня технического качества продукции, так и сточки зрения обеспечения эмоциональной удовлетворенности потенциальных потребителей [10].

Глобальным вопросом, связанным с воплощением решений высшего руководства автомобильной компании, направленного на стратегическое развитие, является вопрос выбора региона присутствия, то есть выбора того региона, где создание промсборки является наилучшим управленческим решением основанным на учете многих факторов, таких как наличие человеческого и материального ресурсов, логистического обеспечения, возможностей сбыта и обслуживания продукции и пр. Решением данного вопроса является разработка системных инструментов оценки потенциала регионов с точки зрения готовности к созданию новых производств, в нашем случае промсборки автомобилей.

Еще одним важным вопросом который следует рассмотреть при формировании стратегии развития промсборки является вопрос возможной локализации производства компонентной базы автомобилей на территориях которые с точки зрения логистики и эффективности обеспечивают наилучшее рациональное решение, связанное с развитием производства. И при этом ключевым вопросом становится аспект, связанный с обеспечением качества производства компонентов для локализации. Ясно, что вся система обеспечения качества такой компонентной базы должна соответствовать системе качества промсборки, которая в свою очередь в полной мере является проводником системы менеджмента автопроизводителя.

Таким образом, наиболее существенными вопросами определяющими развитие проекта создания промсборки автопроизводителя с позиции качества процессов и продуктов являются, по сути, вопросы напрямую связанные с системой менеджмента. Однако, предметный анализ действующих документов в части организации процессов управления качеством на крупнейших предприятиях отечественного автопрома, да и международных корпораций показывает, что на системном уровне в рамках реализации процессного подхода как основного фундамента требований международных стандартов системы менеджмента качества (СМК), соответствующая деятельность не реализуется. Она фрагментирована в системе управления предприятиями и реализуется вне учета в системе менеджмента. При этом, как было показано ранее, и крупнейшие мировые лидеры, и лидеры отечественного автомобилестроения на

предметном уровне занимаются решением задач в области создания промышленных площадок промсборки.

Из анализа вышеизложенного вытекает очевидное противоречие между требованиями стандартов и текущей практикой. Оно скорее всего и определяет крупные неудачные проекты по созданию промсборки автомобилей, о которых частично было сказано выше. А с учетом, того, что информация о такого рода провалах, тщательно скрывается автомобильными корпорациями, и становится достоянием общественности только в случаях ухода автопроизводителей с рынков, можно только предположить, что соответствующая проблема имеет крайне выраженную актуальность и требует своевременного адекватного решения.

Преодоление выделенной отраслевой проблемы заключается в обеспечении системности и процессности деятельности связанной с решением вопросов организации промсборки с позиций СМК. Иначе говоря, для крупных игроков автомобильной отрасли, которые занимаются стратегическим развитием и экспансией на новые рынки, нет другого решения в области организации предприятий промсборки, кроме проектирования комплексного инструментария действующего в рамках гармоничной и хорошо синхронизированной на всех уровнях системы менеджмента качества. И здесь требуются решения как минимум на нескольких уровнях управления: во-первых, после принятия стратегии расширения через создание автосборки, автопроизводитель должен дать обоснованную оценку того, где, на каких территориях можно решить задачу, связанную с организацией производства; во-вторых, требуется четкое понимание того, какого качества продукт, созданный на предприятии промсборки будет обеспечивать конкурентоспособность автопроизводителя; в-третьих какие системные решения требуется реализовать для того чтобы обеспечить уровень качества в условиях промсборки и эксплуатации продукции, соответствуя стандартам автопроизводителя.

Представляется, что каждый из выделенных проблемных вопросов должен быть облечен в виде соответствующего процесса, насыщенного комплексными научно-техническими инструментами определяющими новизну и практическую ценность диссертационного исследования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Козловский В.Н. Потребительская ценность качества автомобилей / В.Н. Козловский, Г.Л. Юнак, Д.В. Айдаров, С.А. Шанин // Стандарты и качество. – 2017. – № 12. – С. 76-80.
2. Панюков, Д.И. Проектирование новых производственных процессов / Д.И. Панюков, В.Н. Коз-

- ловский, Г.Г. Слестина // Стандарты и качество. – 2014. – № 11. – С. 92-95.
3. Козловский, В.Н. Цифровая среда поддержки управления конкурентоспособностью / В.Н. Козловский, Д.В. Айдаров, Д.И. Панюков, М.М. Васильев // Стандарты и качество. – 2018. – № 6. – С. 86-89.
  4. Козловский, В. Комплексная оценка удовлетворенности потребителей качеством автомобилей / В. Козловский, В. Строганов, С. Клейменов // Стандарты и качество. – 2013. – № 5. – С. 94-98.
  5. Козловский, В.Н. Концепция методологии комплексной программы улучшений / В.Н. Козловский, Д.И. Благовещенский, Д.В. Айдаров, Д.И. Панюков, Р.Д. Фарисов // Стандарты и качество. – 2022. – № 7. – С. 36-42.
  6. Козловский, В.Н. Стратегическое планирование конкурентоспособности с точки зрения качества / В.Н. Козловский, С.А. Шанин, Д.И. Панюков // Стандарты и качество. – 2017. – № 3. – С. 76-80.
  7. Козловский, В.Н. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством автомобилей / В.Н. Козловский, Д.В. Антипов, Д.И. Панюков // Стандарты и качество. – 2016. – № 6. – С. 100-105.
  8. Козловский, В.Н. Цифровизация и проблемы трудовых коллективов: роли и ответственность / В.Н. Козловский, Д.И. Благовещенский, Д.И. Панюков, Р.Р. Гафаров // Стандарты и качество. – 2022. – № 1. – С. 94-98.

### UPDATING THE PROBLEM OF CREATING A METHODOLOGY TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF AN AUTOMOBILE MANUFACTURER IN THE CONDITIONS OF INDUSTRIAL ASSEMBLY DEVELOPMENT

© 2024 A.S. Klentak

Samara State Technical University, Samara, Russia

The paper presents the results of updating the problem of creating a methodology to ensure the competitiveness of an automaker in the context of industrial assembly.

*Keywords:* competitiveness; quality; industrial assembly; automobile.

DOI: 10.37313/1990-5378-2024-26-4-105-108

EDN: ECVNFB

### REFERENCES

1. Kozlovskij V.N. Potrebitel'skaya cennost' kachestva avtomobilej / V.N. Kozlovskij, G.L. Yunak, D.V. Ajdarov, S.A. SHanin // Standarty i kachestvo. – 2017. – № 12. – S. 76-80.
2. Panyukov, D.I. Proektirovanie novyh proizvodstvennyh processov / D.I. Panyukov, V.N. Kozlovskij, G.G. Slistina // Standarty i kachestvo. – 2014. – № 11. – S. 92-95.
3. Kozlovskij, V.N. Cifrovaya sreda podderzhki upravleniya konkurentosposobnost'yu / V.N. Kozlovskij, D.V. Ajdarov, D.I. Panyukov, M.M. Vasil'ev // Standarty i kachestvo. – 2018. – № 6. – S. 86-89.
4. Kozlovskij, V. Kompleksnaya ocenka udovletvorennosti potrebitelej kachestvom avtomobilej / V. Kozlovskij, V. Stroganov, S. Klejmenov // Standarty i kachestvo. – 2013. – № 5. – S. 94-98.
5. Kozlovskij, V.N. Konceptiya metodologii kompleksnoj programmy uluchshenij / V.N. Kozlovskij, D.I. Blagoveshchenskij, D.V. Ajdarov, D.I. Panyukov, R.D. Farisov // Standarty i kachestvo. – 2022. – № 7. – S. 36-42.
6. Kozlovskij, V.N. Strategicheskoe planirovanie konkurentosposobnosti s toчки zreniya kachestva / V.N. Kozlovskij, S.A. Shanin, D.I. Panyukov // Standarty i kachestvo. – 2017. – № 3. – S. 76-80.
7. Kozlovskij, V.N. Monitoring udovletvorennosti potrebitelej kachestvom avtomobilej / V.N. Kozlovskij, D.V. Antipov, D.I. Panyukov // Standarty i kachestvo. – 2016. – № 6. – S. 100-105.
8. Kozlovskij, V.N. Cifrovizaciya i problemy trudovyh kollektivov: roli i otvetstvennost' / V.N. Kozlovskij, D.I. Blagoveshchenskij, D.I. Panyukov, R.R. Gafarov // Standarty i kachestvo. – 2022. – № 1. – S. 94-98.