

ПРИЧИНЫ ПОТЕРИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ «ФОРД» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Брухова Александра Андреевна

студент Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации, РФ, г Москва

Введение

Уход такого крупного автопроизводителя как Ford Motor Co с российского рынка негативно сказалась на всех партнерах и заинтересованных в партнерстве сторонах, таких как автодилер, поставщик товара, сотрудник компании, покупателях и поклонниках компании Ford и их автомобилей. Этот уход с нашего рынка был очень болезненным и для самой компании Ford, их убыток составил 500 миллионов долларов, это составило 14% от их общей годовой прибыли Ford Motor Co. Мне бы очень хотелось разобраться в причинах данного решения компании. Связано ли это с проблемами самого «Форда» или в сложившейся ситуации виновата нерентабельность Российского авторынка, нестабильная ситуация в стране или есть другие причины произошедшего. В этой работе я попытаюсь ответить на эти вопросы.

Причины потери конкурентоспособности компании «Форд» на Российском рынке

Не смотря на все успехи «Форда» на Российском рынке в последнее время он теряет свое место на нашем рынке. Мне бы хотелось разобраться из-за чего это произошло.

Проблемы начались в 2009 году когда в России начался кризис и компания Форд в тот период потерпела большие убытки. [5]

Далее в 2011 году вышел Focus III поколения, который значительно подорожал в сравнении со старыми моделями, а в этот же период в этом сегменте рынка начали подниматься такие модели как Hyundai Solaris, Kia Rio и Volkswagen Polo Sedan так как покупатели начали обращать свое внимание на более достигаемые модели. И изначально доступный Ford стал проигрывать. [5]



Рисунок 1. График продаж

На основании вышеизложенного на период 2013 года, когда продажи на рынке упали только на 5%, у Ford они упали на 18%. В 2014 на 38%. А в 2015 году продажи стали ниже чем у «УАЗОВ».

В последние годы Ford не поставлял новые модели на российский рынок и линейки представленные у конкурентов стали обширней и разнообразней. А если и были какие-то редкие новинки, они по цене и качеству проигрывали своим аппонентам.

Многие считают, что главная причина такого сильного падения доли рынка и ухода компании Ford из России заключается в том, что это была единственная международная компания являющаяся автоконцерном, и работающим в РФ через СП, а не с помощью региональной штаб-квартиры или полноценного представительства компании, которые бы реализовывали стратегию долгосрочного развития данного бренда [8]. По опыту такие сделки показывают, что при любой совместной работе с любым более слабым партнером может быть успешна только на этапе быстрого развития рынка и то не всегда. Даже если ваш местный партнер пользуется административной поддержкой и может привлекать кредиты через государственные банки, этого будет недостаточно для работы на убывающем рынке.

СП Ford Sollers объединило две разные компании, у которых совершенно отличаются весовые категории: международную корпорацию Ford Motor Company, которая в 2018 году получила выручку в размере 160,3 млрд долларов, а их чистая прибыль составила - 3,7 млрд долларов, и ПАО «Соллерс», у которых выручка за тот же период составила 39,5 млрд рублей и чистая прибыль была 46 млн руб. [2] Изначально эти компании не могли обеспечить свой бизнес на равных, адекватно вкладывая средства в разработку нового модельного ряда с использованием современных технологий, а также обеспечивали производственные мощности и покрывали убытки компаний на стагнирующем рынке и т. д.

Кроме того, Ford в 2018 году. [3] 6 миллионов автомобилей было продано на мировом рынке, и только 53 тысячи единиц через российское совместное предприятие Ford Sollers.

Учитывая тот факт, что 49% продаж и 60% выручки компании приходится на рынок США, одним из наиболее важных приоритетов для Китая является решение о том, что дальнейшие потери кажутся оправданными.

Все, что связано с производством - это сначала Fiat, затем SsangYong и, наконец, Ford [4]

Все три варианта имеют одинаковый структурный дефект: они привлекают в качестве партнера местного игрока, что не позволяет им получать компенсацию за потери и потери на стагнирующем рынке.

Несмотря на то, что компания Ford Transit, это никоим образом не покрывает расходы, понесенные компанией в сумме 500 миллионов долларов, в том числе. 200 миллионов долларов без потерь. Международная торговля и торговая политика ● 2019 ● № 4 (19) с российским рынком. [4] Невозможно объяснить только кризис на внутреннем рынке и неблагоприятный инвестиционный климат. Как видим, на внутреннем рынке могут конкурировать исключительно самостоятельно развивающиеся региональные компании.

К 2020 году на внутреннем Российском рынке остается только легковые автомобили Ford Transit. Который производит «Соллерс».

Заключение

На основе проанализированных нами данных хотелось бы отметить, что мы можем выделить несколько основных причин потери конкурентоспособности Ford в России:

- с 2011 года компания проводила неадекватную ценовую политику, в которой не совпадала

цена и качество, это привело к потере большого сегмента российского покупателя, который был ориентирован в основном на бюджетные автомобили;

- скудный модельный ряд и его редкое дополнение ;

- ошибочные прогнозы и планы развития компании на российском рынке;

- Ford отказался в 2011 году от самостоятельного развития в Российской Федерации и привлек «Соллерс» в качестве партнера в совместном предприятии;

-Компания не имеет достаточных ресурсов для развития общего бизнеса.

-Нестабильность Российского авторынка

-Кризисы

Так же хотелось бы отметить такие причины как:

- с 2020 по 2025 компания форд собирается перевести все свои машины на электродвигатели , а в России этот вид двигателя еще не так развит, что может послужить большой проблемой для Форд в достижении поставленной цели.

Список литературы:

1. Бутов А. В. Система бережливого производства и ментальные методы управления компании «Тойота» // Проблемы и перспективы развития промышленности России : сборник материалов 4-й Международной научно-практической конференции. –М. : КноРус, 2019. – С. 116–120.
2. Никитина О. «Газели» буксуют без господдержки // Коммерсант. – 2019. – № 100
3. Никитина О. Почему пал Ford Ross // Коммерсант. – 2019. – № 70.
4. Никитина О. Ford доплатит «Соллерс» за участие // Коммерсант. – 2019. – № 111
5. Причины потери конкурентоспособности компании «Форд» на Российском рынке «Международная торговля и торговая политика» 2019 ВАК Бутов А.В. (10 стр)
6. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. – М. : АСТ, 2018. (101 стр)
7. Швецов В. Даже крупный бизнес сидит в окопе // Коммерсант. – 2019. – № 125
8. Проблемы и перспективы развития промышленности России : сборник материалов 4-й Международной научно-практической конференции