

ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК ПОД ВЛИЯНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

© Грошева Н. Б., Шуваев Г. С., 2019

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье приведена актуальная проблема влияния потребительских предпочтений на изменение цепочки поставок конкретного продукта. Объектом внимания рассматривается автомобильная промышленность.

Ключевые слова: цепочки поставок, потребитель, потребительское предпочтение, экономика, автомобили, производство, поставки, спрос

Идти в ногу с быстро меняющимися требованиями клиентов, их поведением и ожиданиями стало постоянной работой для большинства компаний. Организации, которые больше не могут работать в «обычном режиме», должны реагировать и адаптироваться к требованиям клиентов или рисковать потерять их из-за своего ближайшего конкурента. Движущей силой тренда является потребитель, который хочет все, от одежды до автомобилей.

Усложняется это все тем, что клиенты накапливают потребительский опыт, который стал очень персонализированным и специализированным за последнее десятилетие. Такой опыт все чаще приводит к более индивидуализации заказа, более коротким срокам доставки, более жестким стандартам соответствия, а также нетерпимости к любой задержке, что кардинально может изменить существующие цепочки поставок.

Цель исследования

Цель исследования направлена на понимание факторов влияния потребительского спроса, а также изменение цепочек поставок под их давлением на примере автомобильной промышленности.

Результаты исследования

Начнем исследование с того, что в настоящее время, в развитых странах, началась тенденция замедления автомобильная промышленности. Ожидается, что эта тенденция сохранится в связи с тем, что молодые поколения людей больше не хотят владеть автомобилем и предпочитают альтернативные виды передвижения.

В последние годы совместное использование автомобилей все чаще рассматривается как жизнеспособная альтернатива праву собственности на автомобили. Частное владение автомобилями нигде не исчезнет, но автопроизводители понимают, что масштабы частного владения будут сокращаться, тем самым развивая новые модели

производства автомобилей и всей цепочки их обслуживания.

На фоне такого потребительского предпочтения, если рассматривать его на автомобильном производстве, происходит снижение продаж новых и легковых автомобилей в России и по всему миру в целом. Итак, первое последствие влияния потребительских предпочтений на автомобильную индустрию — это падение спроса на новые автомобили. Например, в августе 2019 года продажи в России снизились на 1,3 % — до 145 545 тыс. машин по сравнению со 147 388 тыс. в августе 2018 года, показывают данные Комитета автопроизводителей АЕБ. В июле продажи сократились на 2,4 %, в июне — на 3,3 %, в мае — на 6,7 % [1].

Более сложной задачей, возможно, является введение жестких новых стандартов выбросов CO₂, предназначенных для борьбы с глобальным потеплением, что делает строительство автомобилей намного дороже. В данной проблеме потребительские предпочтения играют немаловажную роль, потому что потребители будут менее склонны покупать, то, что может замедлять противодействие над глобальной проблемой. Для автомобильных компаний, данный пункт также увеличивает стоимость цепочек поставок, потому что им нужно вводить новые стандарты производства, а также переоснащать свое оборудование для адаптации к новым технологическим решениям [5].

Для снижения уровня выбросов, автопроизводителям придется продавать намного больше электромобилей, но на этом пути есть большие препятствия. Например, автопроизводители должны изменить полностью цепочки поставок двигателей, аксессуаров, и прочего дополнительного оборудования, к которому привыкли владельцы автомобилей с ДВС. Все это требует значительных инвестиций в автомобильную индустрию, более того, не все рынки сбыта имеют подходящую инфраструктуру для электромобилей. Совсем недавно электромобили могли показаться для потенциального потребителя лишь шуткой, но на сегодняшний день в Приморском крае практически каждый пятый электромобиль (735 экземпляров), в Иркутской области данный показатель растет — 299 экземпляров [2].

Проблемы в цепочках поставок у автопроизводителей на этом не заканчиваются — одной из них является появление новых технологий, которые могут радикально изменить наше отношение к владению автомобилем. Если автомобили без водителя станут популярными в течение следующих 15 лет, то многие из нас могут выбрать совместное использование или аренду, взамен владению собственными автомобилями. Подталкивает это все сокращение стоимости

поездки за километр, что делает собственность гораздо менее привлекательной. Существующие автомобильные компании вынуждены бороться, чтобы оставаться актуальными, поскольку технологические гиганты, такие как фирма «Uber», «Яндекс» и беспилотный автомобильный сервис «Google», всеми своими ресурсами претендуют на этот рынок [4].

Выводы

Понимание влияния потребительского спроса на какую-либо индустрию помогает произвести операционные и стратегические планы, а также оптимизировать цепочки поставок на производстве для готовности к будущим изменениям. К тому же, сосредоточившись на производстве, поставщиках и потребительском спросе, компании могут получить максимальную отдачу от произведенного товара, а данной статье рассматривались автомобили. То есть, инвестиции в производственные линии и окружающие эти виды деятельности элементы обычно могут привести к значительному росту числа покупок продукта. Следовательно, современные компании должны уметь реагировать соответствующим образом и готовиться к будущему потребительскому предпочтению на быстрорастущем и изменяющемся рынке. ■

1. Снижение продаж легковых автомобилей в РФ в августе [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.finmarket.ru/news/5070995> (Дата обращения: 25.09.2019)

2. Количество электромобилей на дорогах России [Электронный ресурс]. - URL: https://auto.vesti.ru/news/show/news_id/713182/ (Дата обращения: 26.09.2019)

3. Trust and the Sharing Economy: A New Business Model [Электронный ресурс]. - URL: <https://trustedadvisor.com/trust-and-the-sharing-economy-a-new-business-model> (Дата обращения: 26.09.2019)

4. Совместное потребление как новая экономическая модель [Электронный ресурс]. - URL: <https://kp.vedomosti.ru/article/2017/02/15/677751-shema-novogo-vremeni> (Дата обращения: 28.09.2019)

5. We must reduce greenhouse gas emissions to net zero or face more floods [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/oct/08/we-must-reduce-greenhouse-gas-emissions-to-net-zero-or-face-more-floods> (Дата обращения: 28.09.2018)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

We must reduce greenhouse gas emissions to net zero or face more floods [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.theguardian.com/environment/2018/oct/08/we-must-reduce-greenhouse-gas-emissions-to-net-zero-or-face-more-floods> (Дата обращения: 28.09.2018)

Trust and the Sharing Economy: A New Business Model [Электронный ресурс]. - URL: <https://trustedadvisor.com/trust-and-the-sharing->

economy-a-new-business-model (Дата обращения: 26.09.2019)

Количество электромобилей на дорогах России [Электронный ресурс].- URL: https://auto.vesti.ru/news/show/news_id/713182/ (Дата обращения: 26.09.2019)

Снижение продаж легковых автомобилей в РФ в августе [Электронный ресурс] .- URL: <http://www.finmarket.ru/news/5070995> (Дата обращения: 25.09.2019)

Совместное потребление как новая экономическая модель [Электронный ресурс]. - URL: <https://kp.vedomosti.ru/article/2017/02/15/677751-shema-novogo-vremeni> (Дата обращения: 28.09.2019)

Changing supply chains driven by consumer preferences in the automotive industry

© **Grosheva N., Shuvaev G., 2019**

The article presents the actual problem of the influence of consumer preferences on changes in the supply chain of a particular product. The object of attention is the automotive industry.

Keywords: supply chains, consumer, consumer preference, economy, automobiles, manufacturing, supply, demand
