

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.32.67.016

Мировой анализ машиностроительной промышленности и глобальные тенденции ее развития: сравнительное исследование брендинга в США, Великобритании и Японии

Тырышкин Никита Романович

Аспирант,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6;
e-mail: nick.lourence@mail.ru

Аннотация

История развития мировой машиностроительной промышленности насчитывает несколько важных этапов, которые вносили значительный вклад в прогресс и технологическое развитие отрасли. Современная мировая машиностроительная промышленность является одной из ключевых отраслей экономики и играет важную роль в развитии различных секторов, включая автомобильную, авиационную, судостроительную, энергетическую и медицинскую промышленность. В настоящей статье автор изучает особенности современного состояния брендинга мировой машиностроительной промышленности на примере производства передовых представителей отрасли – Японии, США, Великобритании. Для этого автор дает общую характеристику состояния машиностроительного сектора каждого из представленных государств, далее сравнивает их, выявляет ключевые тенденции, перспективы дальнейшего развития в контексте реализации брендинга. Сравнительное исследование брендинга в машиностроительной промышленности США, Великобритании и Японии позволяет выявить глобальные тенденции развития этой отрасли. В целом, мировой анализ машиностроительной промышленности и ее брендинга в США, Великобритании и Японии показывает, что успешные компании в данной отрасли стремятся создать уникальные бренды, инвестируют в инновации и устойчивость, и активно работают на глобальном рынке.

Для цитирования в научных исследованиях

Тырышкин Н.Р. Мировой анализ машиностроительной промышленности и глобальные тенденции ее развития: сравнительное исследование брендинга в США, Великобритании и Японии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 9А. С. 184-191. DOI: 10.34670/AR.2023.32.67.016

Ключевые слова

Машиностроительная отрасль, мировая экономика, макроэкономика, общая характеристика, сравнительное исследование, машиностроительная промышленность, брендинг.

Введение

История развития мировой машиностроительной промышленности насчитывает несколько важных этапов, которые вносили значительный вклад в прогресс и технологическое развитие отрасли. Современная мировая машиностроительная промышленность является одной из ключевых отраслей экономики и играет важную роль в развитии различных секторов, включая автомобильную, авиационную, судостроительную, энергетическую и медицинскую промышленность (рис. 1) [Бимагамбетова, 2015; Сидорова, 2020].



Рисунок 1 - Структура машиностроительной отрасли

Основная часть

Основные характеристики современной машиностроительной промышленности включают следующие показатели:

- технологический прогресс: современные машиностроительные предприятия активно внедряют новейшие технологии, такие как искусственный интеллект, робототехника, интернет вещей и автоматизация производства. Это позволяет повысить эффективность производства, снизить затраты и улучшить качество продукции;
- глобализация: машиностроительные компании все более активно взаимодействуют на международном уровне, осуществляя производство, поставки и сотрудничество с другими странами. Глобализация позволяет более эффективно использовать ресурсы, получать доступ к новым рынкам и технологиям, а также укреплять конкурентоспособность;
- устойчивое развитие: современная машиностроительная промышленность все больше обращает внимание на экологическую устойчивость и энергоэффективность. Компании стремятся к снижению выбросов вредных веществ, энергопотребления и использованию экологически чистых материалов и технологий;
- инновации: ключевым фактором развития машиностроительной промышленности являются инновации. Компании инвестируют в исследования и разработки, чтобы создавать новые продукты, улучшать существующие и разрабатывать передовые технологии. Инновации помогают промышленности оставаться конкурентоспособной и отвечать на изменяющиеся потребности рынка;

– цифровизация и интернет вещей: промышленная революция 4.0 привнесла в машиностроении новые возможности, связанные с цифровыми технологиями и интернетом вещей. Системы мониторинга, аналитики данных, автоматизированные процессы и связанные устройства позволяют собирать и анализировать данные в реальном времени, оптимизировать производство и предоставлять услуги на основе данных [Аверченков, 2021; Ян, 2017].

Современная машиностроительная промышленность продолжает развиваться и приспосабливаться к изменяющимся условиям и требованиям рынка. Инновации, технологический прогресс и глобализация являются ключевыми факторами, формирующими ее будущее развитие.

На мировом уровне лидерами машиностроительной отрасли традиционно выступают такие страны как США, Япония, Великобритания. Данные государства характеризуются высоким уровнем технологического развития, активным человеческим капиталом, широкими финансовыми возможностями [Макаров, 2020]. Например, автомобилестроение – одна из ключевых подотраслей, являющихся актуальной сегодня и стабильно развивающейся, причем высокие темпы развития также можно наблюдать и в других странах Запада и Америки (рисунок 2).

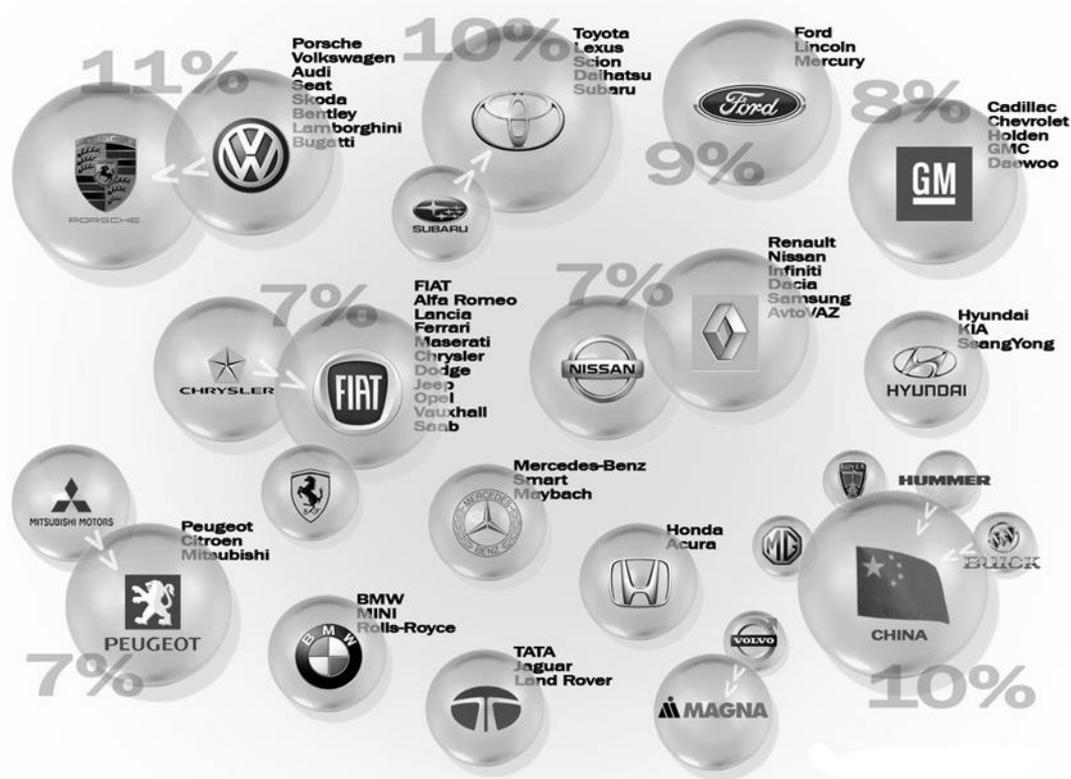


Рисунок 2 - Мировые бренды машиностроения сегодня и объем производства в секторе (2022 год, процент брендов машиностроительной отрасли от общего объема производства)

Сравнительное исследование брендинга в машиностроительной промышленности США дает наиболее яркое представление о глобальных тенденциях развития отрасли, является

полезным для исследователей сектора. Вот некоторые ключевые аспекты, которые характеризуют брендинг машиностроительной отрасли США сегодня:

1. Известность брендов: США имеют множество известных брендов в машиностроительной промышленности, таких как Caterpillar, Boeing, General Electric и другие. Известность бренда играет важную роль в привлечении клиентов и создании доверия к продукции. Сравнительный анализ известности брендов в США может показать, какие компании имеют лидирующие позиции и как они строят свою репутацию.

2. Инновации и технологии: Машиностроительная промышленность США славится своими инновациями и передовыми технологиями. Исследование инноваций и технологического развития в машиностроении США позволит определить, какие компании активно внедряют новые технологии и как это отражается на их брендинге. Также будет полезно изучить, как компании коммуницируют свои инновации и технологическое превосходство через свои бренды. Один из наиболее ярких примеров – Tesla, являющееся самым известным изобретением Илона Маска.

3. Социальная ответственность: Социальная ответственность и устойчивость становится все более важным аспектом брендинга в машиностроительной промышленности. Исследование того, какие компании активно внедряют практики устойчивого развития и социальную ответственность, а также как они коммуницируют эти аспекты через свои бренды, может дать представление о глобальных тенденциях в этой области. Например, компания General Electric, которая является лидером среди производителей панелей солнечных батарей и одновременно входит в десятку наиболее экологических производителей США.

4. Международное присутствие: Многие машиностроительные компании из США имеют международное присутствие и являются мировыми лидерами в своей отрасли. Сравнительный анализ брендинга этих компаний и их стратегий в различных странах может показать, как они адаптируют свои бренды к различным культурам и рынкам. Например, Deere & Company является одним из ведущих мировых производителей тяжелого машиностроения. Компания специализируется на производстве сельскохозяйственной и строительной техники, а также оборудования для лесной и грузовой отраслей. Deere & Company предлагает широкий спектр продуктов, включая тракторы, комбайны, сеялки, погрузчики, экскаваторы, бульдозеры и другую специализированную технику. Компания активно развивает и внедряет новые технологии, такие как автоматизация, датчики и системы управления, чтобы повысить эффективность и производительность своих машин.

5. Цифровой маркетинг и онлайн-присутствие: Современные тенденции в маркетинге все больше направлены на цифровые каналы и онлайн-присутствие. Исследование того, как машиностроительные компании в США используют цифровой маркетинг и социальные медиа для продвижения своих брендов, дают представление о глобальных тенденциях в этой области [Симакова, 2022]. Примером успешной цифровой кампании Ford Motor Company является их кампания «Go Further», которая была запущена в 2012 году. Они использовали социальные медиа и цифровые каналы для распространения своего послания и вовлечения аудитории. Кампания получила широкое признание и помогла укрепить позицию Ford в цифровой сфере. Сегодня Ford Motor Company продолжает активно развивать свое присутствие в социальных медиа и цифровом маркетинге, стремясь быть на переднем крае инноваций и эффективно использовать эти инструменты для достижения своих целей [Ян, 2017].

Сравнительное исследование брендинга в машиностроительной промышленности США позволяет наиболее эффективно выявить ключевые факторы успеха и глобальные тенденции

развития отрасли. Это может быть полезным для других стран и компаний, стремящихся развивать свои машиностроительные отрасли и улучшить свои бренды [Захаренко, 2016].

Рассмотрим более подробно одну из ключевых тенденций, характерных для современной машиностроительной отрасли – это так называемая электромобильность. В частности, электромобильность является важной чертой машиностроительной отрасли во многих странах, включая США, Японию и Великобританию. Проанализируем, как этот критерий реализуется в указанных государствах на практике.

1. США:

Tesla. Бренд Tesla, основанный в США, сегодня является одним из самых известных производителей электромобилей в мире. Компания производит широкий спектр электромобилей, включая Model S, Model 3, Model X и Model Y, которые стали популярными благодаря своему дизайну, производительности и инновационным технологиям. Именно Tesla ввела новый общемировой тренд на социальную ответственность представителей автомобильного сектора, который впоследствии широко распространился на других мировых производителей.

Chevrolet. Американская компания Chevrolet также предлагает электромобили, например, такие как Chevrolet Bolt EV. Этот компактный электромобиль стал доступным и пользуется популярностью благодаря своему дальнему запасу хода и доступной цене, на автомобильном рынке США является одним из самых распространенных.

2. Япония:

Nissan. Японская компания Nissan сегодня является одним из признанных лидеров в области электромобильности. Например, их модель Nissan Leaf по итогам 2021-2022 годов стала одним из самых продаваемых электромобилей в мире. Компания также активно разрабатывает новые технологии, такие как система однопедального управления, чтобы качественно улучшить удобство использования электромобилей.

Toyota. Знаменитый концерн Toyota, продолжая прочно занимать нишу одного из самых популярных автомобилестроителей мира, сегодня также активно вкладывает усилия в развитие электромобильности. Так, компания предлагает гибридные модели, такие как Toyota Prius, а также разрабатывает электрические модели, включая Toyota Mirai, работающую на водороде.

3. Великобритания:

Jaguar. Британская компания Jaguar предлагает электрический автомобиль Jaguar I-PACE. Этот элегантный и высокопроизводительный автомобиль получил признание за свою электрическую технологию и стильный дизайн, однако, как и другие модели данной компании, является достаточно дорогим по стоимости, из-за чего недоступен простому обывателю.

Mini. Британский бренд Mini также предлагает электрическую версию своего популярного автомобиля. Например, знаменитый Mini Cooper SE Electric обладает характерным дизайном и обещает электрическую мобильность с нулевыми выбросами. Среди британцев такая модель является достаточно востребованной.

Кроме вышеизложенного, можно смело предположить, что в дальнейшем это направление деятельности мировых машиностроительных брендов будет все больше развиваться, поскольку тенденция на экологичность сохраняется и даже преумножается, становится все более актуальной. Перечисленные выше, а также многие другие мировые бренды продолжают инновировать и внедрять новые технологии, чтобы улучшить производительность, энергоэффективность и удобство использования электромобилей.

Подводя итог вопросу, рассматриваемому в настоящей работе, кратко обозначим ключевые выводы исследования.

Сравнительное исследование брендинга в машиностроительной промышленности США, Великобритании и Японии позволяет выявить глобальные тенденции развития этой отрасли. Вот некоторые выводы, которые можно сделать на основе такого исследования:

- роль брендинга: брендование играет важную роль в машиностроительной промышленности всех трех стран. Успешные бренды в этой отрасли создают уникальные и узнаваемые идентичности, которые помогают им выделяться на рынке и привлекать клиентов.
- различия в подходе: в США, Великобритании и Японии существуют некоторые различия в подходе к брендингу в машиностроительной промышленности. Например, американские компании часто сосредотачиваются на инновациях и технологическом превосходстве, в то время как японские компании выделяются своей ориентацией на качество и надежность.
- глобальное присутствие: многие успешные бренды в машиностроительной промышленности имеют глобальное присутствие и активно работают на международном рынке. Они стремятся адаптироваться к местным потребностям и предпочтениям, одновременно поддерживая свою уникальность и ценности бренда.
- инновации и устойчивость: бренды, которые активно инвестируют в исследования и разработки, а также сосредотачиваются на устойчивом развитии и экологической ответственности, имеют больше шансов на успех в машиностроительной промышленности. Потребители все больше ориентируются на компании, которые предлагают инновационные и экологически чистые решения.
- конкуренция и сотрудничество: машиностроительная промышленность является конкурентной средой, но также существует место для сотрудничества между компаниями. Некоторые бренды в этой отрасли создают партнерства и альянсы, чтобы объединить свои ресурсы и экспертизу для достижения общих целей [Аверченков, 2021].

Заключение

В целом, мировой анализ машиностроительной промышленности и ее брендинга в США, Великобритании и Японии показывает, что успешные компании в данной отрасли стремятся создать уникальные бренды, инвестируют в инновации и устойчивость, и активно работают на глобальном рынке.

Библиография

1. Аверченков В.И. (ред.) Инновационные центры высоких технологий в машиностроении. М.: ФЛИНТА, 2021. 180 с.
2. Бимагамбетова Ж.К. Мировой опыт применения инноваций в формировании стратегий развития компаний // *Traektorija Nauki = Path of Science*. 2015. № 13. С. 154-160.
3. Захаренко И.К. Развитие технологий брендинга на промышленных рынках // *Экономика и управление в машиностроении*. 2016. № 3. С. 24-28.
4. Макаров А.Н. Брендинг территории как инструмент развития региона. Ставрополь: Логос, 2020. 234 с.
5. Попов В.Ю. и др. Актуальность мировых машиностроительных трендов в 2021 году // *Механики XXI века*. 2021. № 20. С. 103-110.
6. Сидорова А.М. (ред.) Основные тенденции экономического развития Республики Беларусь. Мн.: БГУ, 2020. С. 11-13.

7. Симакова З.Л. Анализ состояния машиностроительной отрасли и тенденции ее развития // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 51. С. 1878-1886.
8. Соловьева Л.Л., Домород А.В. Особенности брендинга производителей машиностроительной продукции // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухового. 2019. № 14. С. 311-316.
9. Тырышкин Н.Р. Брендинг в индустрии машиностроения: ключевые факторы успеха в производстве дорожно-строительной техники // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 4А. С. 753-760.
10. Ян Я. Разработка конкурентной стратегии развития автомобильных корпораций: дис. ... канд. экон. наук. М., 2017. 176 с.

Global analysis of the machine-building industry and global trends in its development: a comparative study of branding in the USA, Great Britain and Japan

Nikita R. Tyryshkin

Postgraduate,
Peoples' Friendship University of Russia,
117198, 10/2, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: nick.lourence@mail.ru

Abstract

The history of the development of the global engineering industry has several important stages that made a significant contribution to the progress and technological development of the industry. The modern global engineering industry is one of the key sectors of the economy and plays an important role in the development of various sectors, including the automotive, aviation, shipbuilding, energy and medical industries. In this article, the author studies the features of the current state of branding in the global engineering industry using the example of the production of leading representatives of the industry – Japan, the USA, and the UK. To do this, the author gives a general description of the state of the engineering sector of each of the countries represented, then compares them, identifies key trends, prospects for further development in the context of branding implementation. A comparative study of branding in the engineering industry of the USA, Great Britain and Japan allows us to identify global trends in the development of this industry. Overall, a global analysis of the engineering industry and its branding in the US, UK and Japan shows that successful companies in the industry strive to create unique brands, invest in innovation and sustainability, and are active in the global marketplace.

For citation

Tyryshkin N.R. (2023) Mirovoi analiz mashinostroitel'noi promyshlennosti i global'nye tendentsii ee razvitiya: sravnitel'noe issledovanie brendinga v SShA, Velikobritanii i Yaponii [Global analysis of the machine-building industry and global trends in its development: a comparative study of branding in the USA, Great Britain and Japan]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (9A), pp. 184-191. DOI: 10.34670/AR.2023.32.67.016

Keywords

Machine-building industry, world economy, macroeconomics, general characteristics, comparative research, machine-building industry, branding.

References

1. Averchenkov V.I. (ed.) (2021) *Innovatsionnye tsentry vysokikh tekhnologii v mashinostroenii* [Innovation centers of high technologies in mechanical engineering]. Moscow: FLINTA Publ.
2. Bimagambetova Zh.K. (2015) Mirovoi opyt primeneniya innovatsii v formirovanii strategii razvitiya kompanii [World experience in applying innovations in the formation of company development strategies]. *Traektorîa Nauki = Path of Science*, 13, pp. 154-160.
3. Makarov A.N. (2020) *Brending territorii kak instrument razvitiya regiona* [Territory branding as a tool for regional development]. Stavropol: Logos Publ.
4. Popov V.Yu. et al. (2021) Aktual'nost' mirovykh mashinostroitel'nykh trendov v 2021 godu [Relevance of world engineering trends in 2021]. *Mekhaniki XXI veka* [Mechanics of the XXI century], 20, pp. 103-110.
5. Sidorova A.M. (ed.) (2020) *Osnovnye tendentsii ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Belarus'* [Main trends in economic development of the Republic of Belarus]. Minsk: BSU.
6. Simakova Z.L. (2022) Analiz sostoyaniya mashinostroitel'noi otrasli i tendentsii ee razvitiya [Analysis of the state of the machine-building industry and trends in its development]. *Innovatsii. Nauka. Obrazovanie* [Innovations. Science. Education], 51, pp. 1878-1886.
7. Solov'eva L.L., Domorod A.V. (2019) Osobennosti brendinga proizvoditelei mashinostroitel'noi produktsii [Features of branding of manufacturers of engineering products]. *Vestnik Gomel'skogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. P.O. Sukhovogo* [Bulletin of the Gomel State Technical University], 14, pp. 311-316.
8. Tyryshkin N.R. (2023) Brending v industrii mashinostroeniya: klyucheveye faktory uspekha v proizvodstve dorozhno-stroitel'noi tekhniki [Branding in the mechanical engineering industry: key success factors in the production of road construction equipment]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13, 4A, pp. 753-760.
9. Yan Ya. (2017) *Razrabotka konkurentnoi strategii razvitiya avtomobil'nykh korporatsii. Doct. Dis.* [Development of a competitive strategy for the development of automobile corporations. Doct. Dis.]. Moscow.
10. Zakharenko I.K. (2016) Razvitie tekhnologii brendinga na promyshlennykh rynkakh [Development of branding technologies in industrial markets]. *Ekonomika i upravlenie v mashinostroenii* [Economics and management in mechanical engineering], 3, pp. 24-28.