
МИРОВОЙ РЫНОК АВТОЗАПЧАСТЕЙ И ЕГО СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА

Павлов Роман Васильевич,

магистрант, Российский государственный социальный университет, Москва, Россия

Аннотация

В настоящей статье рассмотрены вопросы важности рынка автомобилей, их частей и компонентов для микро- и макроэкономики, обоснована перспективность рынка автозапчастей в сравнении с рынком автомобилей. Также охарактеризовано современное состояние рынка частей и компонентов автомобилей, дано описание его сбытовой структуры, приведены методики экспортной политики компаний, а также описаны ожидания и тренды в краткосрочной перспективе.

На основе проведенного исследования автором получены выводы о том, что современным трендом в национальной и экспортной сбытовой политиках автозапчастей является переход сбытового канала в цифровую форму.

Ключевые слова: Экспортная сбытовая политика, экспортная стратегия компаний, национальный рынок сбыта, глобальная конкуренция, мировое производство автомобилей, мировое производство автозапчастей, автозапчасти, автомобильные запасные части, мировой экспорт автозапчастей, мировой экспорт автомобилей, сбытовая цепочка мирового авторынка.

GLOBAL AUTO PARTS MARKET AND ITS DISTRIBUTION POLICY

Roman V. Pavlov,

Master's Degree Student, Russian State Social University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article herein describes the importance of automobile and auto parts market for micro- and macroeconomies, the potential of auto parts market compared to automobile market is proved. The current state of car parts market is highlighted, a description of its distribution channels is provided, methods of export policies as well as closest future trends are listed.

Based on the research made, the author concluded that the current trend in the local and foreign auto parts distribution policies is moving to the digital channel.

Keywords: Export distribution policy, export strategy, local (national) distribution market, global competition, global automobiles production, global car parts production, car parts, automobile

parts, global car parts export, global distribution channel of car parts.

Статья посвящена обзору рынка автозапчастей и его сбытовой политики. Задачей сбыта любой организации, производящей товары, является обеспечение перехода материального потока от производителя товаров к их потребителю. Политика сбыта охватывает все решения и мероприятия, используемые для реализации задач сбыта. Экспортный сбыт предполагает вывоз товаров за границу страны-производителя и их потребление или переработку на иностранных рынках [1,3]. Таким образом, задачей экспортной сбытовой политики является обеспечение решений и мероприятий, направленных на переход материального потока через границу страны-производителя к его иностранным потребителям.

В процессе выполнения вышеуказанной задачи решается ряд подзадач, к которым относятся: дистрибуция и распределение, взаимоотношение с местными органами власти, межкультурная коммуникация, защита интеллектуальной собственности, определение оптимального налогового режима функционирования, юридическое сопровождение, оценка экономического и политического состояния региона, улучшение свойств товара (маркетинговых, технических и проч.), послепродажное обслуживание клиентов [5,14].

Экспортная сбытовая политика имеет большое значение на мировом авторынке, т.к., благодаря процессу глобализации, автомобиль стал товаром, в обеспечение производства и ремонта которого вовлечены материальные потоки со всего мира.

На сегодняшний день лидером по производству транспортных средств является КНР, чья доля в объеме мирового выпуска составляет в среднем 25%. На втором и третьем местах расположились США и Япония, соответственно (табл. 1).

Таблица 1. Страны, занимающие 80% рынка мирового производства автомобилей. Среднее значение за период 2006-2017 г. (ОИСА.)

Страна	Произведенные авто (среднее значение)	Доля в мире
Китай	20 653 160 шт.	24,7%
США	9 933 732 шт.	11,9%
Япония	9 506 175 шт.	11,4%
Германия	5 832 486 шт.	7,0%
Р. Корея	4 277 595 шт.	5,1%
Индия	3 777 396 шт.	4,5%
Бразилия	3 073 525 шт.	3,7%
Мексика	2 940 835 шт.	3,5%
Испания	2 448 590 шт.	2,9%
Канада	2 186 692 шт.	2,6%
Франция	2 089 747 шт.	2,5%

По объемам глобального экспорта рынок автомобилей располагается на 4-м месте со средней долей в 7% от общих мировых показателей экспорта за период 2012-2017 г. [18].

Состояние автомобильного рынка является одним из показателей экономического благосостояния государства, по его динамике можно судить о темпах роста (или снижения) государственной экономики [22]. К примеру, если взять показатели глобального производства автомобилей, то его падение в условиях кризиса 2008 г. составило порядка 10% (рис. 1):



Рисунок 1. ОИСА. Производство пассажирского и коммерческого транспорта (совокупно)

Снижение производства, как правило, влечет за собой сокращение числа рабочих мест. Существует алгоритм, по которому определяется, что для того, чтобы произвести 60 млн. (любых) автомобилей, необходимо нанять 9 млн. работников. Таким образом, 150 000 работников обеспечивают выпуск 1 000 000 автомобилей [21].

Следуя вышеуказанной схеме, можно вычислить, что во время острой фазы кризиса, т.е. за 2008-ой год было сокращено порядка 1 000 000 рабочих мест по всему миру в автомобильной индустрии. Этот факт напрямую доказывает важность автомобильной индустрии для общественного благосостояния как на региональном, так и на глобальном уровнях.

С момента создания двигателя внутреннего сгорания в конце XIX века, изобретения массового автомобильного производства в XX веке и до настоящего времени автомобильная промышленность оказывает большое влияние на общество и его экономику [7]. Согласно определению, данному в Конвенции о международном движении, автомобиль – это «механическое транспортное средство, используемое обычно для перевозки по дорогам людей или грузов, или для буксировки по дорогам транспортных средств, используемых для перевозки людей или грузов».¹ В нем насчитывается порядка 20 – 25 тыс. частей и компонентов, примерно 300 из которых являются наиболее важными и требуют постоянного контроля и наибольших материальных вливаний. Части и компоненты автомобиля имеют свой ресурс – одни работают меньше, другие дольше, но так или иначе со временем возникает необходимость в их замене. На этом этапе в сбытовой процесс вступает рынок автозапчастей.

Динамика мирового экспорта автозапчастей имеет примерно ту же кривую, что и выпуск новых автомобилей (рис. 2).

Выделяется два момента отрицательного роста в рынке экспорта автозапчастей – это 2009 (-25,9 %) и 2015 (-6,0%). Оба связаны с кризисными явлениями в мировой экономике: первый – это влияние ипотечного кризиса в США, второй – наложение экономических и политических санкций на Российскую Федерацию.

¹ «Конвенция о международном движении (Вена, 8 ноября 1968г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://base.garant.ru/2540357/1cafb24d049dcd1e7707a22d98e9858f/#ixzz5WSFwLeO4>

Несмотря на негативные моменты, тренд данной кривой является восходящим, что показывает положительный прогноз (рис. 2).

Рисунок 2. TradeMap. Мировой экспорт автозапчастей. ТН ВЭД 8708. (с линией тренда)



Рынок мировых автозапчастей состоит из двух основных групп: OEM (original equipment manufacturer) – это оригинальные запасные части, изготовленные производителями автомобилей или для них по договоренности; и IAM (independent aftermarket) – это запчасти, изготовленные компаниями, не имеющими договоренностей с производителями автомобилей [7]. OEM-запчасти поставляются на сборочный конвейер и для замены в брендовых сервисных центрах. IAM-запчасти реализуются на рынке автомобилей, которые, как правило, не имеют гарантийного технического обслуживания.

На производство OEM-запчастей в среднем приходится около 60% мирового производства автомобильных компонентов, остальное – доля рынка IAM-запчастей [22].

Сбытовая цепочка в мировом рынке автозапчастей начинается с поставщиков сырья, переходит к производителям запчастей, продолжается через посредников и завершается у потребителей. Ее существование обусловлено возможностью специализироваться на том типе деятельности, который является основным для того или иного игрока. Таким образом, в сбытовой цепочке мирового рынка автозапчастей выделяются определенные группы. Она интегрирована в сбытовую цепочку глобального рынка автомобилей и является ее неотъемлемой частью.

Производители автомобилей – собственно, автомобильные бренды, такие как Ford, BMW, Lada и прочие. Их, как правило, называют OEM-поставщиками. Данное определение является несколько искаженным, т.к. их основная деятельность – это дизайн, сборка и продвижение автомобилей, а не разработка запчастей.

Поставщики 1-го эшелона (1st Tier Suppliers) – снабжают OEM-поставщиков модулями и системами для сборки автомобилей. Как правило, имеют соглашение с несколькими OEM-поставщиками.

Поставщики 2-го эшелона (2nd Tier Suppliers) – снабжают поставщиков 1-го эшелона специфическими частями и компонентами, из которых те, в свою очередь, собирают модули и системы для OEM-поставщиков.

Поставщики 3-го эшелона (3rd Tier Suppliers) – поставляют сырье поставщикам второго эшелона.

Дилеры – местные торговые компании, которые не производят, но накапливают, транспортируют и перепродают автомобили и их запасные части. Как правило, они обладают знаниями о требованиях своего рынка, оказывают необходимый клиентский сервис.

Посредники – различные компании, которые оказывают услуги в части технической, кредитной, таможенной, страховой и информационной поддержки [13, 19].

Конечные клиенты – физические и юридические лица, имеющие платежеспособный спрос и контактирующие с дилерами и посредниками с целью приобретения транспортных средств и/или запасных частей к ним [16].

Рынок автозапчастей формировался параллельно рынку автомобилей. В начале XX века американские автомобильные компании были первыми, кто ввел производство автомобилей на основе сборки из систем и модулей, изготавливаемых сторонними компаниями. Что касается европейских компаний, то в начале XX века они пока еще придерживались традиционных подходов, основываясь на самообеспечении [6].

В процессе исследования было выявлено, что большинство компаний, принадлежащим к категории поставщиков 1-го и 2-го эшелонов изначально были заняты в другом типе деятельности (Прил. 1). Их количество является существенно большим по сравнению с теми, кто начал свое существование в результате деятельности автомобильных компаний (Прил. 2). Некоторые из них начали свою деятельность задолго до появления массово производимого автомобиля, например, британская компания GKN, изначально называвшаяся «Guest, Keen and Nettlefolds» была основана в 1759 году и являлась ровесницей промышленной революции [9].

Рынок автозапчастей по сравнению с рынком автомобилей является более привлекательным с точки зрения рентабельности. В развитых рынках продажа автозапчастей приносит своим владельцам 25-40% чистой прибыли. В развивающихся странах этот показатель ниже (5-10%), но ожидается, что в будущем он перейдет к постепенному росту [4].

По прогнозам экспертов емкость мирового рынка автозапчастей достигнет \$ 723 млрд. к 2020-2025 годам. Главная причина заключается в том, что современные владельцы автомобилей реже покупают новые транспортные средства и чаще прибегают к техническому обслуживанию старых [20].

Несмотря на положительную характеристику рынка автозапчастей, построение их глобальной цепочки поставок требует решения ряда вопросов. Также как и в других индустриях, здесь выделяется прямой и непрямой экспортный сбыт.

Прямой экспорт позволяет организациям полностью контролировать процесс реализации товара посредством собственной сбытовой сети [15]. При этом, прямой сбыт требует от экспортеров присутствия в целевом рынке, что могут себе позволить крупные компании. Примером может служить китайская компания-производитель свечей зажигания “Torch”, которая в 2015 году вышла на российский рынок и учредила московскую компанию ООО «Торч Рус», являющуюся ее официальным представителем.

Непрямой экспорт подразумевает работу с иностранными посредниками с целью продвижения товара на внешний рынок, что позволяет организациям пользоваться мощностями иностранных партнеров. При этом необходим постоянный контроль над ними во избежание их оппортунистического поведения или чрезмерного завышения себестоимости продукта [5, 17]. К числу посредников могут относиться официальные дилеры или розничные сети.

В качестве примера дилерского канала может служить разветвленная сеть российских дилеров немецкой компании-производителя автомобильных фильтров “Mann”, состоящая из более 50 партнеров [10]. Примером розничного канала может являться компания

«AutoNation, Inc.», являющаяся крупным розничным продавцом автозапчастей в США с более чем 370 магазинами по всей стране [11].

Непрямой сбыт, являющийся распространенной схемой со времен Генри Форда, сегодня стал модифицироваться посредством перехода данного канала продаж автомобильных запчастей в цифровую форму. Ожидается, что в ближайшем будущем интернет-канал продаж станет более популярным из-за создаваемой возможности контроля над процессом покупки для конечных клиентов. Кроме этого, упрощается процесс прохождения государственной границы, т.к. интернет-каналы, как правило, работают с 3PL (Third Party Logistics) компаниями, предоставляющими полный комплект услуг в части доставки запчастей за рубеж (например, DHL, UPS, FedEx, EMS и др.). Плюсом данного сотрудничества является то, что 3PL-компании позволяют отслеживать движение товара в режиме 24/7 посредством своего веб-сайта и трекинг-номера.

Сегодня уже создано определенное количество онлайн-магазинов, позволяющих поставщикам продавать, а клиентам приобретать различные части и компоненты автомобилей. Примером может служить сайт <https://emex.ru/> - торговая интернет-площадка, в сети которой реализуются наименования около 47 млн. запчастей с общим объемом посетителей около 70 тыс. человек в день [2], [8]. Также существующие интернет-гиганты участвуют в онлайн-продажах автозапчастей. Например, компания Amazon.com, Inc., входящая в «Четыре технологических кита» продает данные товары с 2006 года [12].

Благодаря привлекательности интернет-канала им заинтересовались и непосредственно производители автозапчастей, создавая мощные сайты с возможностью онлайн-подбора товаров. Данный процесс исключает посредников в части продаж. Таким образом, поставщики автозапчастей, OEM-компании, дистрибуторы и станции технического обслуживания будут наращивать свое присутствие в данном канале, т.к. он дает возможность сокращения посредников и увеличения чистой прибыли. Эксперты предсказывают увеличение доли онлайн-продаж до 30% относительно всего рынка глобальных автозапчастей к 2035 году.

Приложение 1

Automotive News. Top-100 поставщиков автозапчастей, изначально не относящиеся к автомобильной индустрии (<https://www.autonews.com/>)

Текущее название	Страна	Основание	Продукт
GKN	Англия	1759	Металлообработка
BASF SE	Германия	1865	Подкрашивание кислот и соды
Continental AG	Германия	1871	Шины для гужевого транспорта и велосипедов
Benteler Automobiltechnik GmbH	Германия	1876	Скобяные изделия
BorgWarner Inc.	США	1880	Шарнирное соединение
Johnson Controls Inc.	США	1885	Аккумуляторы
Robert Bosch GmbH	Германия	1886	Система зажигания от магнето
Valeo SA	Франция	1897	Комплектующие для "Феродо" ("Ferodo")
Sumitomo Electric Industries	Япония	1897	Высоковольтные провода
HELLA KGaA Hueck & Co.	Германия	1899	Свечи и керосиновые лампы для ж/д вагонов
Federal-Mogul Corp.	США	1899	Компоненты для мельниц
TRW Automotive Holdings Corp.	США	1901	Металлические изделия
Dana Holding Corp.	США	1904	Крестовины для карданного вала
Brose Fahrzeugteile GmbH	Германия	1908	Автомобильные компоненты
Hitachi Automotive Systems	Япония	1910	Электрические машины переменного тока
NSK	Япония	1914	Подшипники
ZF Friedrichshafen AG	Германия	1915	Комплектующие для дирижаблей
Koito Manufacturing	Япония	1915	Линзы Френеля для ж/д сигнальных ламп
Lear Corp.	США	1917	Рамы для авиа и авто индустрий
Toyota Boshoku Corp.	Япония	1918	Текстильная продукция
Panasonic Automotive Systems Co.	Япония	1918	Осветительная техника для автомобилей
NTN Corp.	Япония	1918	Шарикоподшипники
Cummins Inc.	США	1919	Двигатели для с/х техники
Mahle GmbH	Германия	1920	Легкосплавные поршни для ДВС
Yazaki Corp.	Япония	1929	Высоковольтные провода
Takata Corp.	Япония	1933	Компоненты для парашютов, текстильная продукция
Calsonic Kansei Corp.	Япония	1938	Слияние компаний кондиционеров и измерительных приборов
Aisin Seiki Co.	Япония	1943	Авиадвигатели

Autoliv Inc.	Швеция	1953	Системы безопасности для автомобилей
Flex-N-Gate Corp.	США	1956	Скобяные изделия
Magna International Inc.	Канада	1957	Системы безопасности для автомобилей
Samvardhana Motherson Group	Индия	1975	Электрокабели
Schaeffler AG	Германия	1982	Текстильная продукция
Gestamp Automocion SA	Испания	1997	Отделение от "Джонварри" ("Gonvarri") - прокат металла
Thyssenkrupp AG	Германия	1999	Тяжелое машиностроение - слияние Thyssen AG и Friedrich Krupp AG
IAC Group	Люксембург	2005	Производство деталей интерьера

Приложение 2.

Automotive News. Top-100 поставщиков автозапчастей, возникшие в результате деятельности OEM-компаний (<https://www.autonews.com/>)

Текущее название	Страна	Основание	Продукт
Magneti Marelli S.p.A.	Италия	1919	Компоненты для "Фиат" ("Fiat")
Mitsubishi Electric Corp.	Япония	1921	Производство электромоторов для "Митсубиши"
Plastic Omnium Co.	Франция	1946	Компоненты для "Рено"
Denso Corp.	Япония	1949	Свечи для марки "Тойота"
Toyota Gosei Co.	Япония	1949	Комплекующие для "Тойота"
Mando Corp.	Р. Корея	1962	Компоненты для "Хёндай"
JATCO	Япония	1970	Комплекующие для "Ниссан"
Hyundai-WIA Corp.	Р. Корея	1976	Компоненты трансмиссии для "Хёндай"
Hyundai Mobis	Р. Корея	1977	Комплекующие для "Хёндай"
Nemak	Мексика	1979	Алюминиевые головки двигателя для "Форд"
Faurecia	Франция	1997	Комплекующие для "Пежо"
Delphi Automotive	США	1999	Комплекующие для "Дженерал Моторс"
Visteon Corp.	США	2000	Электроника для "Форд"
JTEKT Corp.	Япония	2006	Комплекующие для "Тойота" и "Койо Сейко" ("Koyo Seiko")

Список литературы

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М., 1999. - 479 с.
2. Сухаревская Алена. Наедине с таможней: почему онлайн-магазин Emex.ru сдал рынок конкуренту / А. Сухаревская // РБК. - 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/10/57e161e79a7947d4954d4127> (Дата обращения: 15.12.2018)
3. Чернозубенко П.Е. Сбытовая политика / П.Е. Чернозубенко // Записки маркетолога. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/sbytovaya_politika/ (Дата обращения: 15.12.2018)
4. Bansal A. Automotive spare parts business: challenges and supply excellence strategy / Ashutosh Bansal // Gitacloud. - 2016. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://gitacloud.com/blog/2016/10/11/automotive-spare-parts-business-business-challenges-and-supply-chain-excellence-strategies> (Дата обращения: 15.12.2018)
5. Becker Roel. Reconsidering a car parts manufacturer's aftermarket distribution network / Roel Becker // Delft University of Technology. - 2013.
6. Binder A.K. Automotive industry / Alan K. Binder, John Bell Rae // Britannica. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.britannica.com/technology/automotive-industry/Introduction> (Дата обращения: 15.12.2018)
7. Breitschwerdt Dirk Dr. The changing aftermarket game - and how automotive suppliers can benefit from arising opportunities / Dr. Dirk Breitschwerdt, Dr. Andreas Cornet, Sebastian Kempf, Dr. Lukas Michor, Martin Schmidt // McKinsey&Company. Advanced Industries. - 2017.
8. Emex. О компании. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://emex.ru/about> (Дата обращения: 15.12.2018)
9. GKN Plc. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: http://www.gkngroup.com/aboutus/ourheritage_old/Pages/1759-1852.aspx (Дата обращения: 15.12.2018)
10. Mann-Filter. Представители + Дистрибьюторы Europe // [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.mann-filter.com/ru/mf-ua/workshops/dealer-finder/dealer/?country=russia&category=automotive> (Дата обращения: 15.12.2018)
11. McGinity C.V. Automotive aftermarket outlook and reflections from 40th annual symposium. C.V. McGinity // Gabelli & Company. - 2016.
12. Meyersohn Nathaniel. Here's one market Amazon can't easily crack: Car parts / N. Meyersohn // CNN Business. - 2018. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://edition.cnn.com/2018/11/29/business/advance-auto-parts-oreilly-autozone/index.html> (Дата обращения: 15.12.2018)
13. OEMs, Tier 1, 2 & 3 - The Automotive Industry Supply Chain Explained // Amatech. - 2017. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.amatechinc.com/resources/blog/tier-1-2-3-automotive-industry-supply-chain-explained> (Дата обращения: 15.12.2018)
14. Pollins Richard. Export Strategies. How manufacturers establish successful international markets / Richard Pollins // DMH Stallard. - 2015.
15. Rosal Janaleh. Aftermarket strategy and business networks. Case Study of a Hydraulic Motor Firm / Janaleh Rosal // Jyväskylä University School of Business and Economics. - 2018.

16. Silver David. The Automotive Supply Chain, Explained / D. Silver // Medium. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://medium.com/self-driving-cars/the-automotive-supply-chain-explained-d4e74250106f> (Дата обращения: 15.12.2018)
17. The Flow of Parts into the Automotive Aftermarket // Northwood University and AASA Analysis. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.dtsc.ca.gov/LawsRegsPolicies/Regs/upload/Appendix-B.pdf>
18. TradeMap // [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.trademap.org> (Дата обращения: 15.12.2018)
19. Trade Statistics for Automotive parts and components // Marktonderzoekbureau Molgo // CBI Market Intelligence. – 2016.
20. L. Bedgood. A look at trends and statistics in the automotive aftermarket industry // v12. – 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.v12data.com/blog/a-look-at-trends-and-statistics-in-the-automotive-aftermarket-industry-2017/> (Дата обращения: 15.12.2018)
21. Wickham Ashley. The Automotive industry employs more people than you think. Ashley Wickham // Fircroft. – 2017. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: <https://www.fircroft.com/blogs/the-automotive-industry-employs-more-people-than-you-think-71462610395> (Дата обращения: 15.12.2018)
22. Williams Jeffrey. 2016 Top Markets Report Automotive Parts / Jeffrey Williams, Todd Peterson, Liz Couch, Andy Parris // U.S. Department of Commerce. International Trade Administration. Industry & Analysis (I&A). – 2016.

References

1. Rayzberg B.A. Modern economic dictionary / B.A. Rayzberg, L.Sh. Lozovsky, E.B. Starodubtsev. – the 2nd prod., испр. М.: INFRA-М., 1999. – 479 pages. (In Russian)
2. Sukharevskaya Alyona. Alone with customs: why the Emex.ru online store handed over the market to the competitor(s). Sukharevskaya//RBC. – 2016. – [Electronic resource]. – The mode of access is URL: <https://www.rbc.ru/magazine/2016/10/57e161e79a7947d4954d4127> (Date of the address: 15.12.2018) (In Russian)
3. Chernozubenko P. E. Marketing policy / Item E. Chernozubenko//marketing specialist's Notes. – [Electronic resource]. – The mode of access is URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/sbytovaya_politika/ (Date of the address: 15.12.2018) (In Russian)
4. Bansal A. Automotive spare parts business: challenges and supply excellence strategy / Ashutosh Bansal // Gitacloud. – 2016. – [Electronic resource]. – Access mode - URL: <http://gitacloud.com/blog/2016/10/11/automotive-spare-parts-business-business-challenges-and-supply-chain-excellence-strategies> (Date of the address: 15.12.2018)
5. Becker Roel. Reconsidering a car parts manufacturer's aftermarket distribution network / Roel Becker // Delft University of Technology. – 2013.
6. Binder A.K. Automotive industry / Alan K. Binder, John Bell Rae // Britannica. – [Electronic resource]. – Access mode - URL: <https://www.britannica.com/technology/automotive-industry/Introduction> (Date of the address: 15.12.2018)
7. Breitschwerdt Dirk Dr. The changing aftermarket game – and how auto-motive suppliers can benefit from arising opportunities / Dr. Dirk Breitschwerdt, Dr. Andreas Cornet, Sebastian Kempf, Dr. Lukas Michor, Martin Schmidt // McKinsey&Company. Advanced Industries. – 2017.
8. Emex. About the company. – [Electronic resource]. – Access mode - URL: <https://emex.ru/about> (Date of the address: 15.12.2018)

9. GKN Plc. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: http://www.gkngroup.com/aboutus/ourheritage_old/Pages/1759-1852.aspx (Date of the address: 15.12.2018)
10. Mann-Filter. Representatives + Distributors Europe // [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.mann-filter.com/ru/mf-ua/workshops/dealer-finder/dealer/?country=russia&category=automotive> (Date of the address: 15.12.2018)
11. McGinity C.V. Automotive aftermarket outlook and reflections from 40th annual symposium. C.V. McGinity // Gabelli & Company. - 2016.
12. Meyersohn Nathaniel. Here's one market Amazon can't easily crack: Car parts / N. Meyersohn // CNN Business. - 2018. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://edition.cnn.com/2018/11/29/business/advance-auto-parts-oreilly-autozone/index.html> (Date of the address: 15.12.2018)
13. OEMs, Tier 1, 2 & 3 - The Automotive Industry Supply Chain Explained // Amatech. - 2017. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.amatechinc.com/resources/blog/tier-1-2-3-automotive-industry-supply-chain-explained> (Date of the address: 15.12.2018)
14. Pollins Richard. Export Strategies. How manufacturers establish successful international markets / Richard Pollins // DMH Stallard. - 2015.
15. Rosal Janaleh. Aftermarket strategy and business networks. Case Study of a Hydraulic Motor Firm / Janaleh Rosal // Jyväskylä University School of Business and Economics. - 2018.
16. Silver David. The Automotive Supply Chain, Explained / D. Silver // Medium. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://medium.com/self-driving-cars/the-automotive-supply-chain-explained-d4e74250106f> (Date of the address: 15.12.2018)
17. The Flow of Parts into the Automotive Aftermarket // Northwood University and AASA Analysis. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.dtsc.ca.gov/LawsRegsPolicies/Regs/upload/Appendix-B.pdf>
18. TradeMap // [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.trademap.org> (Date of the address: 15.12.2018)
19. Trade Statistics for Automotive parts and components // Mark-tonderzoekbureau Molgo // CBI Market Intelligence. - 2016.
20. L. Bedgood. A look at trends and statistics in the automotive aftermarket industry // v12. - 2018. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.v12data.com/blog/a-look-at-trends-and-statistics-in-the-automotive-aftermarket-industry-2017/> (Date of the address: 15.12.2018)
21. Wickham Ashley. The Automotive industry employs more people than you think. Ashley Wickham // Fircroft. - 2017. - [Electronic resource]. - Access mode - URL: <https://www.fircroft.com/blogs/the-automotive-industry-employs-more-people-than-you-think-71462610395> (Date of the address: 15.12.2018)
22. Williams Jeffrey. 2016 Top Markets Report Automotive Parts / Jeffrey Williams, Todd Peterson, Liz Couch, Andy Parris // U.S. Department of Commerce. International Trade Administration. Industry & Analysis (I&A). - 2016.