УДК 339.13

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Савин А.В.

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Владивосток, e-mail: a.savin8710@yandex.ru

В статье проанализированы особенности развития автомобильной отрасли в России и дана характеристика существенных признаков присущих данной отрасли, сбалансированное воздействие на развитие которых приводит не только к развитию самого рынка, но и к развитию территории в целом. Обобщен подход к наполнению структуры экономического развития автомобильной отрасли в России.

Ключевые слова: отрасль, автомобильная отрасль, автомобили, объем продаж, авторынок, автомобильные компании

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF AUTOMOBILE INDUSTRY IN RUSSIA

Savin A.V.

Vladivostok state University of economics and service, Vladivostoke-mail: a.savin8710@yandex.ru

The article analyzes the features of automotive industry development in Russia and describes the essential features inherent in the industry, balanced impact on the development of which leads not only to the development of the market, but also to the development of the territory as a whole. Generalized approach to the content structure of the economic development of automotive industry in Russia.

Keywords: industry, automotive, cars, sales, car market, car companies

Автомобильная отрасль это одна из важнейших отраслей экономики любой страны. Дальнейшее развитие экономики требует налаженного транспортного обеспечения. Главной задачей транспорта является своевременное, качественное и полное удовлетворение потребностей народного хозяйства и населения в перевозках. В настоящее время в России в целом ряде секторов экономики автомобильному транспорту нет альтернативы. Это и обеспечение потребностей розничной торговли, перевозки дорогостоящих и срочных грузов на малые и средние расстояния, транспортное обеспечение производственной логистики, малого бизнеса. А это важнейшие секторы, на развитие которых ориентирована экономическая политика России. Таким образом, эффективность развития автотранспорта во многом определит эффективность всей экономики страны, а сдерживание развития автомобильного транспорта, в определенной степени, равнозначно торможению экономического развития и структурных преобразований. Решение основных проблем автомобильного транспорта является важной задачей страны. У автотранспорта, как и у других видов транспорта, много проблем. В основном они связаны не с работой автотранспортного предприятия, а с несовершенством законодательной системы.

Цель исследования: рассмотреть и охарактеризовать особенности развития автомобильной отрасли в России.

Материал и методы исследования: анализ первичной информации по автомобильной отрасли России и специализированной базы данных российских предприятий; мониторинг печатных, электронных специализированных изданий; аналитический обзор рынка; материалы маркетинговых и консалтинговых компаний.

Результаты исследования и их обсуждение. Рассмотрим существующее положение автомобильной отрасли в РФ. Как показывает статистика, за период от 2001–2012 гг., рост объема продаж отечественных автомобилей вырос до 2900 тыс. автомобилей. В 2009 году наблюдается резкий спад объема продаж, обуславливаемый мировым экономическим кризисом (рис. 1).

Рассмотрим историю развития автомобильной отрасли в России. На первом этапе «зачаточного состояния», с конца 1991 года, образовалась РФ, и начался новый этап развития страны. Поскольку правительством страны было решено преобразовать все государственные институты в коммерческие, то часть предпринимателей объединилась в группы, которые стали заниматься импортом автомобилей зарубежом и продажей на российском рынке. Во многом этому способствовало Постановление Верховного Совета Российской Федерации от 22 декабря 1992 года о вступлении в силу на территории Российской Федерации Закона СССР «О порядке выезда из СССР и въезда в СССР граждан СССР». После упрощения выезда за границу, в стране стал расти импорт продукции, в том числе и автомобилей. Поскольку спрос на автомобили превышал предложение, то рыночная ситуация, благоприятно

воздействовала на развитие автомобильного бизнеса. При этом продажа автомобилей отечественного производства осуществлялась через множество посредников, которые в большинстве случаев управлялись под криминальным началом. На начальном этапе развития автомобильной отрасли не была налажена дилерская продажа местных автомобилей, поскольку была экономическая нестабильность в стране, высокая инфляция, которая не позволяла иностранным инвесторам поддерживать российский автопром. Заключением этапа «зародышевого состояния» автомобильной промышленности пришел на 1998 год, когда курс рубля к курсу доллара упал в 4 раза и импорт автомобилей стал чрезмерно дорогим, поскольку стоимость ввозимых товаров стала во много раз превышать предыдущую стоимость, до падения курса рубля. В результате бизнесмены привозившие импортные автомобиле не имели возможности продолжать свой бизнес и были вынуждены диверсифицироваться.

В результате экономических изменений в стране появилась необходимость развития собственной автомобильной промышленности, которая пришла на период 1998–2002 гг. Данный период времени считается развитием собственной автомобильной промышленности. После вступления к власти президента В.В. Путина, после нескольких лет была реализована стратегия – выведения российской автомобильной промышленности на легальный уровень и обеспечен правовыми гарантиями. Постепенно автомобильный рынок в России стал восстанавливаться и стал расти рост продаж отечественных автомобилей. Постепенно стала расти предпринимательская деятельность по легальному импорту автомобилей, и многие индивидуальные предприниматели стали нуждаться в дополнительных инвестициях для расширения бизнеса. В автомобильную отрасль стали привлекаться банковские организации и кредитные услуги, появились условия транспарентности, открытости и легальности автомобильного бизнеса. Представители иностранных автомобильных компаний проводили рекламные кампании и информировали о своей продукции, небольшое количество дилеров осуществляли покупку и таможенное оформление и продажу автомобилей. В результате прибыль, которую получали дилеры варьировалась в зависимости от расходов.

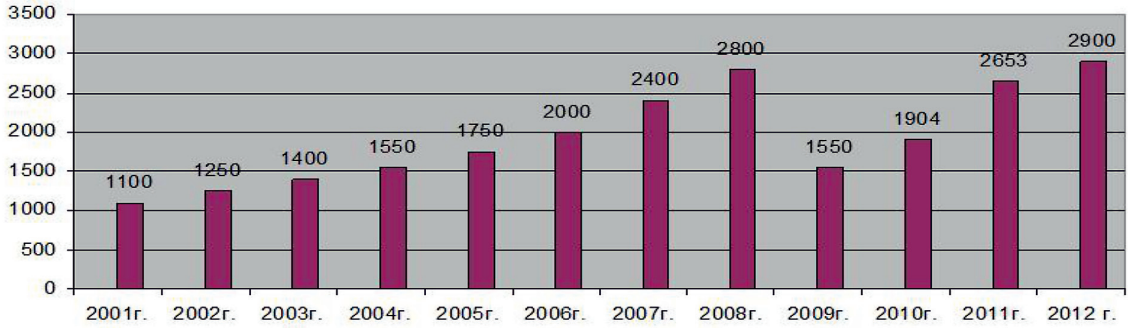

Рис. 1. Динамика продаж новых автомобилей в России за 2001–2012 гг. [1]

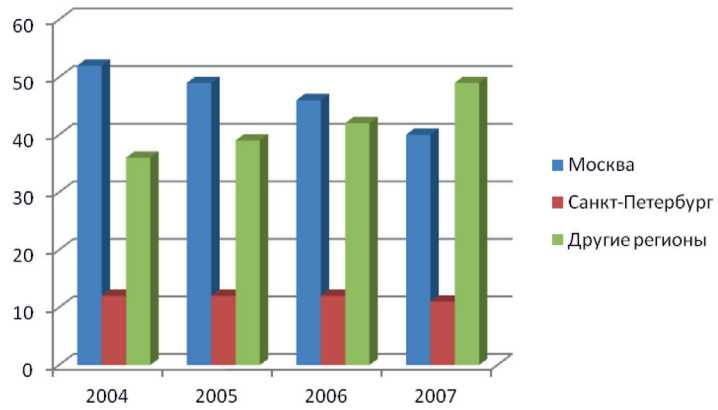

Рис. 2. Доля продаж новых автомобилей по регионам в общем объеме продаж, % [1]

Третьим этапом развития автомобильной отрасли стал период 2003–2008 гг., в котором произошел пик в росте объема продаж от 15% до 35% в год. В результате роста рынка, потребовалось увеличение количества автосалонов, привлечения к работе большого количества персонала. Важным в развитии автомобильного бизнеса стало подписание договоров РФ с другими странами поставщиками автомобилей, а также строительство автосалонов на территории России и открытие заводов по производству отечественных автомобилей. Часть заводов согласно новому закону, стала резидентами страны и благодаря этому автомобильный транспорт при выходе из производства уже имел (ПТС) и не требовались таможенные расходы. Сборка автомобилей в стране осуществлялась по трем видам сборки А, Б. Сборка А – SKD – автомобиль экспортировался в разобранном на виде крупные детали в страну, чтобы избежать высокие пошлины и далее собирался на заводе. Сборка Б CKD – автомобиль экспортировался в полном разобранном виде, что позволяло платить самые низкие пошлины, после чего автомобиль собирался на заводе и реализовывался на национальном рынке. Основным отличием CKD от SKD состоит в том, что в первом случае при сборке автомобиля производится окраска, сварка, отделка, чего нет в SKD, поскольку детали автомобиля представлены в меньшем разделении. Также законодательством РФ был утвержден акт № 166 от 15 апреля 2005 г. и совместным приказом Министерства экономического развития, Министерства финансов и Министерства промышленности и энергетики. Согласно данному акту сборка по принципу CKD имеет ограничения по делению деталей и локализацию затрат на автомобильные компоненты.

Получив соглашение с РФ, на переход на режим промышленной сборки автомобиля, иностранные автомобильные компании получили возможность снизить затраты на перевозку автомобилей, а значит и снизить стоимость автомобилей. В результате вырос объем продаж новых автомобилей в период 2003–2005 гг., большее число которых пришел на столичные города Москва и Санкт-Петербург. В следующий период наблюдается рост продаж по остальным регионам страны (рис. 2).

Большую помощь в росте продаж автомобилей оказали кредитные услуги – автокредитование. Многие компании предлагали собственные услуги кредитования или сотрудничали с банками. В результате роста использования автокредитования в 2008 году уже 65% продаж составляли кредитные автомобили. Для предоставления большого объема кредитов привлекались иностранные банки, поскольку ставка по кредиту составляла 4–5% в год, тогда как ЦБ предоставлял кредит по ставке 12–13% в год. Ставка на автомобильный кредит составляла 14%, поэтому выгода сотрудничества с иностранными банками на тот момент была очевидна.

Четвертым этапом стал период 2008–2009 гг., когда произошел финансовый кризис. Причинами кризиса стало превышение долга перед коммерческими банками с обязательствами коммерческих организаций. В результате чего произошел финансовый кризис. В России финансовый кризис отразился на оттоке капитала, в результате чего банки лишились возможности кредитования и ставки кредитования выросли до 28–30% годовых. В автомобильной отрасли приобретение автомобиля стало возможно путем полной оплаты стоимости автомобиля, а так как многие клиенты не имели такой возможности, то объемы продаж резко снизились в 2009 г. (рис. 1). В результате в 2009 г. спрос на легковые автомобили упал до 50%, на автобусы 30%, на грузовые 67%. Дилерские компании пострадали больше всего, особенно те, которые находились на стадии роста, а банковские услуги были очень необходимы. Поэтому финансовые ресурсы, привлекаемые с учетом роста рынка и продаж автомобилей стали снижаться, и как следствие снизился объем рынка и рентабельность ведения бизнеса. Большинство автомобильных салонов стало сильно зависеть от банковских структур и многие из них были вынуждены объединиться с другими более влиятельными компаниями, чтобы получить финансовую устойчивость.

Пятый этап развития автомобильной отрасли пришелся на 2010 год по настоящее время, охарактеризованный как «умеренный рост». За этот период произошло постепенное восстановление автомобильной отрасли, было принято Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2009 г. «О проведении эксперимента по стимулированию приобретения новых автотранспортных средств взамен вышедших из эксплуатации и сдаваемых на утилизацию…». Согласно указанному документу любой гражданин РФ может стать участником программы, сдав в специально организованные пункты утилизации вышедшее из эксплуатации автотранспортное средство. Данная программа была направлена на увеличение спроса, прежде всего, на автомобили отечественного производства, так как в программе участвовали автомобили LADA. При этом выгодность покупки автомобиля при обмене старого составляет в размере от 15 до 35%

от стоимости покупки, что давала большие преимущества при покупке импортных автомобилей. При этом цена объекта утилизации должна была быть ниже стоимости скидки, иначе его было невыгодно утилизировать. На рис. 3 представлена статистика структуры продаж по программе утилизации в 2010 году.

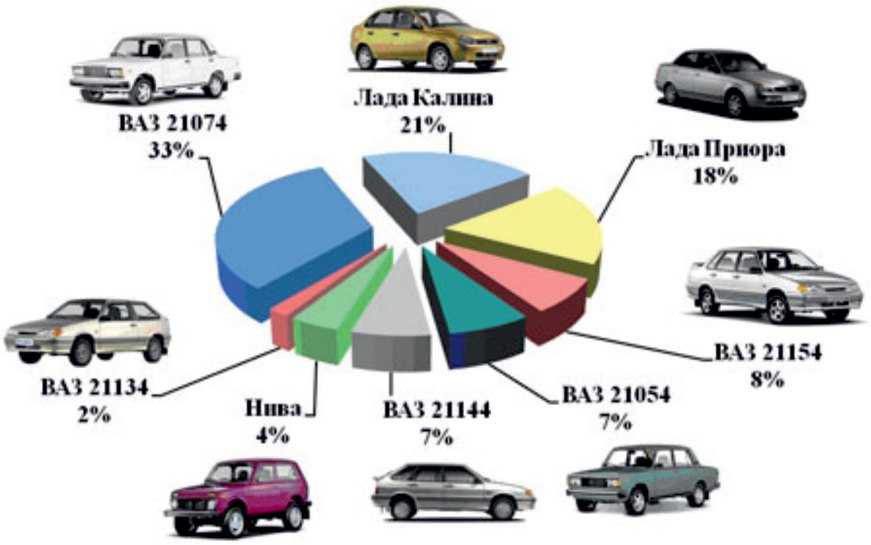

Рис. 3. Помодельная структура продаж автомобилей в России за 2010 г. [1]

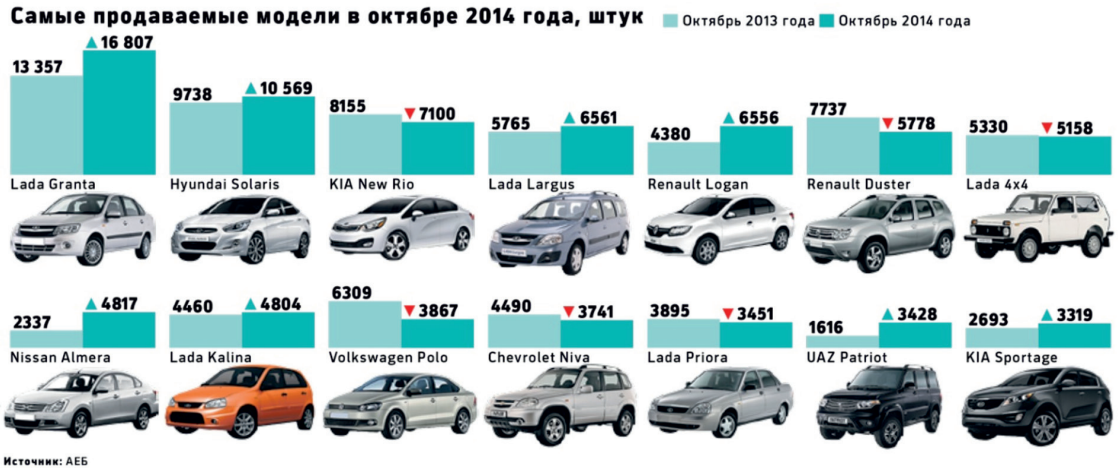

Рис. 4. Самые продаваемые модели в октябре 2014 года [2]

Результаты продаж новых легковых автомобилей в России за 2014 г. [1]

Категория легковых автомобилей	Продажи, тыс. шт.			Продажи, млрд. дол.		
	Январь-декабрь 2014 г.	Январь-декабрь 2013 г.	Изменение	Январь-декабрь 2014 г.	Январь-декабрь 2013 г.	Изменение
Отечественные бренды	410	480	– 15%	4,4	5,9	– 25%
Иномарки российского производства	1280	1310	– 2%	30,6	34,6	– 12%
Импортные новые автомобили	650	810	– 20%	23,2	28,5	– 19%
Всего	2340	2600	– 10%	58,2	69,0	– 16%

В 2010 г. по программе утилизации приобретались ВАЗ 2107 – 33% продаж, Лада Калина – 21%, Лада Приора –18%.

В 2014 г. статистика продаж автомобилей имеет следующий вид, представленный на рис. 4.

Из представленной статистики, первое место принадлежит отечественному автомобилю Лада Гранта, второе и третье Корейскому Нундай солярис и Киа Рио, четвертое отечественному Лада Ларгус. Также в поддержку отечественной отрасли были повышены ставки на таможенные пошлины на ввозимый автомобильный транспорт иностранных марок. В результате ставки поднялись на 35–50%. Данные пошлины стали невыгодны прежде всего для ввоза автомобилей старше трех лет. Также объем импорта снизился в 30 раз, сократился импорт поддержанных автомобилей. Не смотря на продолжение роста объема продаж автомобилей в 2014 г., снизились темпы роста. Рассмотрим долю отечественных и долю импортируемых автомобилей в таблице. 2014 г. был непростым и достаточно противоречивым для автомобильной индустрии. Динамику автомобильного рынка России в этом году определяло множество факторов, некоторые из которых будут оказывать существенное влияние на развитие рынка и в перспективе. По результатам 2014 г. продажи легковых автомобилей в России снизились на 10% в количественном выражении. В долларовом выражении рынок сократился на 16%, в то время как в рублевом выражении вырос на 2%. Существенное влияние на авторынок оказывала неопределенность геополитической ситуации, ослабление курса рубля, повышение цен на автомобили и ставок по автокредитам.

Согласно таблицы, наблюдается рост объема продаж в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 10%, при этом рост объема отечественных брендов составляет 15%. Рассмотрим положение России в мировом масштабе автомобильной отрасли. Наибольшим потенциалом роста объема продаж в перспективе ближайших 10 лет обладают рынки стран БРИК. В перспективе рынки США и ЕС не смогут демонстрировать темпы роста, сопоставимые с развивающимися странами, но сохранят роль ключевых рынков наряду с Китаем. Китай уже является крупнейшим авторынком в мире и продолжит увеличивать объем продаж автомобилей и концентрировать на себе внимание автопроизводителей. Япония, являющаяся одним из крупнейших автомобильных рынков в мире, на сегодняшний день объем продаж падает. Японские автопроизводители все больше будут ориентироваться на потребности покупателей в других странах. В России в 2014 г. объем продаж составил 2,3 млн шт. автомобилей. Ключевыми факторами оказывающими влияние на развитие авторынка в России являются: доходы населения, цены на автомобили, стоимость эксплуатации, доступность кредитования, потребительские настроения, стимулирование спроса, модельный ряд, стратегия брендов, развитие дилерских сетей, развитие рынка автомобилей с пробегом, обновление автопарка, демография. По государственной поддержке автомобильного рынка в 2014 г. были приобретены автобусы 2333 шт., грузовиков 8299 шт., пассажирских автомобилей 22544 шт., легковых автомобилей 155002 шт. Учитывая тот факт, что программа 2015 г. в большей степени (по сравнению с программой 2014 г.) ориентирована на поддержку спроса на коммерческий транспорт, ее влияние на рынок легковых автомобилей будет меньшим – около 130 тыс. автомобилей может быть приобретено исходя из финансирования в 10 млрд руб.

№	Страны	Продажи 2014 г., млн шт.	Потенциал роста в рейтинге до 2015 г.
1	Китай	19,7	=
2	США	16,4	=
3	Япония	4,7	=
4	Германия	3,0	↓
5	Бразилия	2,5	↑
6	Индия	2,5	↑
7	Великобритания	2,5	↓
8	Россия	2,3	↑

Рис. 5. Крупнейшие рынки продаж легковых автомобилей в 2014 г. [1]

Программа, в первую очередь, поддержит сегмент бюджетных автомобилей.

Заключение

Прогнозируемое в 2015 г. снижение продаж может привести к уходу с российского рынка ряда брендов. В зоне риска находятся автопроизводители со сравнительно небольшим объемом продаж в России относительно глобальных результатов этих автоконцернов. Также можно ожидать банкротства некоторых автодилеров. Для того, чтобы перевести автомобильную отрасль на инновационный путь развития необходима интеграция предприятий отрасли, расширение ассортимента выпускаемой продукции с помощью инновационных технологий, полное обновление материально-технической базы, диверсификация материальной-технической базы, усовершенствование смежных производств, инфраструктуры, а также концентрация производства, т.е. наличие на ограниченной территории предприятий выпускающих однотипную продукцию и конкурирующих между собой [3].

Чтобы смягчить падение продаж в 2015 г., целесообразно рассмотреть возможность использования дополнительных мер стимулирования спроса, таких как: увеличение финансирования и продление программы обновления автопарка; обеспечение снижения эффективной ставки по автокредитам; снижение стоимости владения автомобилем; госзакупки автомобилей российского производства; использование материнского капитала на покупку автомобиля; создание благоприятных условий для экспорта автомобилей, произведенных в РФ.

Список литературы

1. Росстат. Эксперт-авто. Авто-ньюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/

2. РКБ. Падение продаж автомобилей в России замедлилось до 9,9 % [Электронный ресурс]. – http://top.rbc.ru/

3. Лебединская Ю. С. Принципиальная структура экономического кластера для развития региона // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 5 (Часть 2). – С. 139–142.