

УДК 338.012

А.В. Пасько

ИЗМЕНЕНИЕ ДИНАМИКИ ПРОДАЖ И ИМПОРТА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ПОД ВЛИЯНИЕМ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. Ситуация с введением экономических санкций стран Запада по отношению к России отразилась и на развитии российского рынка автомобилей. В статье обобщены и проанализированы основные параметры и перспективы развития российского рынка автомобилей (включая его импортную составляющую) в условиях нестабильной внешней среды.

Ключевые слова: автомобилестроение, рынок автомобилей, экономические санкции, зарубежные автопроизводители.

Alexander Pasko

CHANGE OF DYNAMICS OF SALES AND IMPORT OF MOTOR VEHICLES IN THE RUSSIAN MARKET UNDER THE INFLUENCE OF INSTABILITY OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT

Annotation. The situation with imposition of economic sanctions of the west countries West to Russia affected also on development of the Russian market of motor vehicles. In the article key parameters and the prospects of development of the Russian motor vehicles market (including its import component) in the conditions of the unstable external environment are generalized and analysed.

Keywords: automotive industry, market of motor vehicles, economic sanctions, foreign car producers.

Как известно, в 2015 г. острый кризис российской экономики негативно сказался на общей экономической ситуации в стране. В частности, его воздействие отразилось на рынке легковых автомобилей, производство которых в России значительно уменьшилось. В 2016 г. Правительство РФ запланировало на весь текущий год оставить программы стимулирования спроса на новые автомобили и программы господдержки автопроизводителей. Прогнозируется, что в рамках поддержки отечественного рынка возможно реализовать около 620 тыс. автомобилей [5]. По итогам 2015 г. многие автомобильные компании потерпели крупнейшие убытки. Но тем не менее с этим шоком удалось справиться многим дилерам, благодаря адаптации к новым реалиям и возможностям. Например, многие дилеры сделали ставку на продажу поддержанных автомобилей, рынок которых в 2015 г. в денежном выражении превысил размер рынка новых автомобилей. Параллельно с продажами новых легковых автомобилей российский рынок переживает острый спад продаж легких коммерческих и грузовых автомобилей. В основном это связано с общей экономической ситуацией в стране. На протяжении 2015 г. деловая активность малого и среднего бизнеса существенно снижалась. К сожалению, надеяться на восстановление активности в бизнесе не стоит. Поэтому в ближайший год рынок коммерческого транспорта вряд ли восстановится.

На развитие автомобильного рынка России оказывает влияние ряд экономических и внешнеполитических факторов. По результатам 2015 г. российский рынок автомобилей показал самое сильное падение среди ключевых рынков мира. К концу 2016 г. также ожидается снижение темпов развития автомобильного рынка, правда в меньшей степени, чем в 2015 г. При условии отсутствия внешних шоков и роста цены на нефть начало восстановления автомобильного рынка прогнозируется лишь в 2017 г. Основными причинами такого падения являются: ухудшение макроэкономической конъюнктуры в связи с введением санкций со стороны многих развитых государств, нестабильность

политической ситуации, снижение реальных доходов населения и, как следствие, падение потребительского спроса, снижение рентабельности производства.

По результатам 2015 г. продажи новых легковых автомобилей покупателям в России (регистрации) снизились на 45 % в количественном выражении. Сегмент новых импортных автомобилей вновь показал наибольшее сокращение в объемах продаж (-52 %), тогда как продажи отечественных брендов и локализованных иномарок снизились на 37 % и 45 % соответственно [5]. По результатам 2015 г. имело место существенное расхождение статистики авторыннка на основании данных по регистрациям в России и данных по отгрузкам дилерам. Одной из ключевых причин подобной ситуации является приобретение автомобилей в России покупателями из других стран (прежде всего, Казахстана и Белоруссии) в период обесценения рубля и до обесценения национальных валют этих стран.

Ключевая стратегия позиционирования компаний на внутреннем и зарубежных рынках автомобилей состоит в расширении собственных позиций при продажах продукции на основе наращивания ее конкурентоспособности, совершенствования систем продаж и развития эффективного сервисного обслуживания [2]. Относительно успешными в 2015 г. выглядели следующие группы производителей легковых автомобилей: автопроизводители с достаточным уровнем локализации производства, автопроизводители, выведившие на рынок новые и обновленные модели легковых автомобилей для поддержания спроса и интереса потенциального покупателя, автопроизводители, проводившие грамотную ценовую политику в условиях экономической неопределенности.

По своим характеристикам предприятия автомобильной промышленности, действующие на территории Российской Федерации, делятся на четыре основных типа:

- российские традиционные производители (например, ОАО «Автоваз»), для которых характерна изношенная производственно-технологическая база, ограниченные источники инвестирования, дефицит новейших технологий и недостаточность масштабов;
- сборочные предприятия (например, «Тагаз», «Иж-Авто», «Соллерс»), характеризующиеся сравнительно новыми используемыми технологиями, а также западными методами управления, гибкостью производственных процессов, слабым развитием внутреннего инжиниринга и дефицитом масштабов производства, необходимых для роста локализация. В качестве дополнительной проблемы следует указать отсутствие у них прав на объекты интеллектуальной собственности (здесь наглядным примером является группа компаний «Автотор», которая представляет собой контрактного сборщика легковых автомобилей);
- зарубежные производители автомобилей (Renault, General Motors, Ford), для которых характерны сравнительно небольшие сроки работы в нашей стране, малые масштабы производства и уровень локализации, а также отсутствие центров инжиниринга;
- импортеры, присутствующие во всех сегментах отечественного рынка транспортных средств. Объемы импорта этих компаний зависят напрямую от государственного нетарифного и тарифного регулирования [1].

При этом российский рынок легковых автомобилей отличается высоким уровнем фрагментации по моделям, что характеризует относительную развитость рынка, но создает проблемы конкурентоспособности по масштабам производства [6]. Основным традиционным производителем легковых автомобилей в России является компания ОАО «Автоваз», который некоторое время финансировался государством. Однако судя по последним тенденциям, государственное финансирование этого российского предприятия пока не предвидится.

Вместе с тем эксперты утверждают, что стабильное развитие автомобильного рынка невозможно без эффективного государственного регулирования. Изучив государственное регулирование российского автомобильного бизнеса, установлено, что многие программы, проводимые в области продаж автомобилей и запасных частей, обернулись протекционистскими мерами, поскольку госу-

дарство пытается гарантировать доходы, прежде всего, своей собственной автопромышленности [6]. Что касается государственного регулирования сферы деятельности автосервиса, то в настоящее время добровольная сертификация является единственно возможным механизмом подтверждения соответствия оказываемых услуг, обеспечивающим безопасное и надежное функционирование транспортного комплекса, а также защиту потребителя от некачественных услуг (работ) на автомобильном транспорте. Существенное упрощение допуска привело к появлению целого ряда автосервисов, пренебрегающих качеством и ответственностью за свою работу. Государству необходимо осуществить следующие первоочередные задачи в области автомобильного бизнеса: установление нормативных правовых норм по государственному регулированию и саморегулированию отношений участников автосервисного рынка, разработка технических регламентов, качественная подготовка специалистов, реформирование системы начального, среднего и высшего профессионального образования, развитие научно-практической базы, уменьшение «диктата» автопроизводителей.

Наибольшую долю российского рынка легковых автомобилей стабильно занимает Lada и составляет по состоянию на 2015 г. 18,7 % (что на 2,5 % больше, чем аналогичный показатель в предыдущем году). Данную ситуацию можно объяснить доступностью автомобиля по ценовой категории, легкостью и дешевизной в обслуживании автомобиля. Далее по популярности следуют такие иномарки, как KIA (с долей рынка 11,2 %), Hyundai (10,2 %), Renault (8,1 %), Toyota (6,2 %) и т.д. Существенно увеличили долю рынка такие марки как вышеупомянутые Lada, KIA, Hyundai и Datsun [5]. Популярность последнего объясняется эффектом «низкой базы», так как продажи автомобилей этого бренда начались только в сентябре 2014 г. Эффект «низкой базы» проявляется в том случае, когда какое-либо явление обнаруживает стремительные темпы роста, природа которых заключается в чрезвычайно низкой стартовой позиции, и в сравнении с ней даже небольшое увеличение выглядит внушительным как в абсолютных, так и в относительных показателях.

Ситуация на российском авторынке во многом схожа с рынками легковых автомобилей крупных развивающихся стран, в частности, Бразилии. Эксперты отмечают совпадения этих двух стран по степени и характеру последствий кризисных ситуаций, методам государственного регулирования, экспортно-импортным операциям и т.д. Кризис на российском авторынке длится уже несколько лет, однако в 2015 г. он достиг своего апогея. Основным фактором явилось сокращение доходов граждан на фоне роста цен, поэтому ждать восстановления продаж новых машин можно только с улучшением экономической ситуации в стране. Впрочем, падение продаж новых машин могло быть еще сильнее, если бы негосударственные программы стимулирования спроса – утилизационные скидки, льготные автокредиты и субсидируемый государством лизинг автомобилей. Без них, по оценкам экспертов, российский авторынок рухнул бы более, чем вдвое.

Важное место в структуре национального автомобильного рынка продолжают занимать импортные поставки. В товарной структуре импорта из стран дальнего зарубежья на долю машин и оборудования в 2015 г. приходилось 48,0 % (в 2014 г. – 50,4 %). Стоимостный объем импорта этой продукции снизился на 39,4 %. Физические объемы ввоза легковых автомобилей сократились на 49,9 % [5]. Введение экономических санкций со стороны Европейского союза, а также общая рецессия в мировом хозяйстве, украинский кризис, существенное уменьшение мировых цен на нефть оказали частичное воздействие на динамику импорта автомобилей в Россию. Ведущие автомобилестроительные корпорации западных стран, осуществившие масштабные инвестиции в национальную экономику нашей страны, намерены и в дальнейшем увеличивать свои мощности, поскольку считают отечественный рынок автомобилей одним из самых перспективных.

В результате исследования импорта и экспорта легковых автомобилей в/из России по итогам 2015 г. можно выделить крупнейшие направления таких поставок (без учета таких стран, как Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия). В прошлом году на территорию России было импортировано

299,6 тыс. легковых автомобилей. Третья часть от этого объема приходится на Японию, что эквивалентно 97,4 тыс. ед. Примерно вдвое меньше составляет импорт из Германии (50,1 тыс.), доля которой составила 17 %. Свыше 20 тыс. легковых автомобилей поставлялось из Великобритании (9 %), США (8 %) и Чехии (7 %). Доля Южной Кореи в импорте достигла 6 %, а на Венгрию и Китай приходится по 3 %. В свою очередь, из России в 2015 г. было экспортировано 20,5 тыс. легковых автомобилей. Самую высокую долю в российском экспорте занимает Азербайджан (27 %), а также Египет, Украина и Латвия. Отметим также, что среди крупнейших направлений экспорта машин из России особое место теперь занимает Ливан, доля которого в минувшем году составила 7 %. На Китай приходится 4 % от общего объема, а на Германию и Узбекистан – по 3 % [5].

Современную отечественную отрасль легковых автомобилей можно разделить на три основных сегмента. 1. Импорт автомобилей. Существует несколько схем ввоза в страну легковых автомобилей: потребитель может самостоятельно купить автомобиль за рубежом, а затем перевезти его на территорию РФ. Данная схема характерна при покупке подержанных иномарок, потребитель заказывает автомобиль у дилера, который к указанному сроку осуществляет доставку транспортного средства из-за рубежа. 2. Производство автомобилей на территории РФ. На территории РФ представлено 2 типа производителей:

- а) отечественные предприятия (ОАО «Автоваз», «ГАЗ» и др.);
 - б) заводы зарубежных производителей, осуществляющие промышленную сборку автомобилей.
3. Продажа конечным пользователям. Здесь представлены авторизованные дилеры крупных мировых и отечественных производителей автомобилей.

Россия по-прежнему отстает по показателю автомобилизации от многих стран. В связи с этим производители заинтересованы в расширении позиций на национальном рынке и последовательном внедрении новых моделей. Даже учитывая указанные выше ограничения для российского рынка, он в перспективе будет привлекателен для большинства ключевых зарубежных автомобильных корпораций, например, для производителей Германии. Большинство производителей этой страны уже локализовали собственные производства в нашей стране, страхуя тем самым риски. В связи с этим можно утверждать, что так называемые «автомобильные санкции» не коснутся промышленной сборки и сборки компонентов на российской территории, ввиду того, что степень локализации еще далека от уровня самодостаточности и не превышает 40–50 %. Вероятно, что крупнейшие зарубежные концерны, например, Toyota, GM, Volkswagen, почти не будут нести убытки в результате действия санкций.

Для малых и средних предприятий, которые планируют построить собственные производства в России, определяющую роль играет инвестиционный климат. У указанных компаний нет прямого доступа к органам государственной власти, и они зачастую руководствуются лишь информацией, получаемой из средств массовой информации (СМИ). В случае неприхода этих компаний на рынок России, компаниям, которые зависят от них с точки зрения промышленной сборки, будет все сложнее добиваться требуемой глубины локализации производства. Крупные же производители имеют достаточные инвестиции для эффективного ведения бизнеса в нашей стране, кроме того, они могут воспользоваться механизмами государственной помощи.

Во-первых, следует указать, что крупные концерны уже владеют своей долей в автомобильном рынке страны, выпускают автомобили в бюджетном сегменте. Во-вторых, эти компании могут экспортировать продукцию из стран, не входящих в санкционный перечень. Наиболее сложно будет обстоять дело у относительно меньших зарубежных концернов (Renault, Peugeot). Очевидно, что потенциальные ограничения могут привести к снижению продаж автомобилей премиум-класса, однако ввиду нестабильности экономики в 2016 г. ключевой объем продаж и так пришелся на средний/низкий ценовой сегменты. Наиболее болезненно запрет на импорт может отразиться на рынке

грузовиков. Так, например, концерн Daimler AG импортирует в нашу страну грузовики, а введение санкций может привести к серьезным потерям для концерна.

В настоящее время в Россию импортируются в большинстве своем автомобили бизнес- и премиум-класса, по которым размещать производство в нашей стране нецелесообразно. Если будут введены санкции, то будут страдать потребители данных классов продукции, поскольку они столкнутся с ограниченностью выбора. Почти невероятно, что в результате санкций существенно изменится цена на данную группу автомобилей, тем не менее спрос на них постепенно может смещаться в сегмент автомобилей с пробегом и в пользу моделей аналогичных классов, собираемых в России. Возможно и то, что продажи некоторых марок автомобилей снизятся, однако на ведение бизнеса и прибыль это в целом повлияет незначительно [3].

Вместе с тем ограничения по ввозу японских и европейских автомобилей будут постепенно вести к росту импорта из Китая и Южной Кореи. Одновременно нашей страной могут быть введены встречные барьеры по отношению к зарубежным производителям автомобилей. Автомобильные концерны США (GM, Ford) имеют сборочные производства в нашей стране и для них характерны достаточно высокие объемы продаж [4]. При этом безусловно, что в США, Китае, странах Европейского союза (ЕС) их продажи существенно больше, однако в условиях текущей конъюнктуры рынка даже незначительное снижение продаж может привести к серьезным потерям, что может привести в конечном итоге к сокращению рабочих мест и закрытию предприятий.

В результате введенных барьеров в меньшей степени понесет убытки вторичный рынок. Наиболее серьезно повлияли на него пошлины, введенные ранее на импорт, равно как и повышение курсов доллара и евро. Вероятно, что санкции не введут запрета на импорт продукции автомобилестроения в Россию. При этом очевидно, что вырастут пошлины на ввозимые в нашу страну автомобили премиум-класса. Это, в свою очередь, серьезно не скажется на рынке, а выразится, вероятнее всего, в замедлении темпов прироста продаж автомобилей данного сегмента.

Государственная политика и бизнес в автомобилестроении непосредственно взаимосвязаны, что подтверждается, например, теми потерями, которые компании Японии несли в Китае ввиду обострения отношений между странами (территориальные споры). В этой связи вполне обосновано беспокойство зарубежных производителей автомобилей по поводу политической ситуации, разворачивающейся вокруг нашей страны. В итоге результатом принятия ограничений на импорт автомобилей у зарубежных производителей есть три сценария поведения:

- 1) импорт автомобилей и их комплектующих из третьих стран;
- 2) восполнение импорта наращиванием производства на уже локализованных предприятиях в нашей стране;
- 3) предоставление основного преимущества компаниям из Южной Кореи и Китая.

Анализируя структуру и динамику российской внешней торговли по итогам 2015 г., можно сделать вывод, что глобальный кризис серьезно отразился на физических объемах производства автомобилей, что было связано, главным образом, с ситуацией, которая сложилась в экономике, а также с падением реальных располагаемых доходов населения и ослаблением курса национальной валюты. Следует обратить внимание, что векторы экспорта и импорта не претерпевали серьезных изменений. Лидерство по объемам импорта продукции легкового автомобилестроения продолжили удерживать Германия и Япония (их доля в совокупном импорте стабильно удерживалась на уровне 50 %) [5].

В целом в попытках оценки периода «оздоровления» рынка автомобилей России, достаточно сложно делать точные прогнозы, поскольку уверенность дальнейшего роста цен на нефть, отмены санкций, устойчивости валютных курсов по-прежнему отсутствует.

Библиографический список

1. Пасько, А. В. Направления развития автомобильной промышленности России в условиях членства во Всемирной торговой организации / А. В. Пасько // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 12. – С. 60–63.
2. Пасько, А. В. Параметры и факторы развития мирового автомобилестроения в начале XXI столетия / А. В. Пасько // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – № 27. – С. 27–34.
3. Пасько, А. В. Управление внешнеторговой политикой в целях развития российского рынка автомобилей / А. В. Пасько // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2014. – № 11. – С. 48–52.
4. Пасько, А. В. Факторы международной конкурентоспособности производителей автомобилей (на примере США) / А. В. Пасько // Актуальные аспекты современной науки : сб. материалов V-й международной научно-практической конференции. – Липецк : ООО «Радужи», 2014. – С. 54–64.
5. Рынок легковых и коммерческих автомобилей в России: результаты 2015 года и перспективы развития. – Pricewaterhouse Coopers, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/assets/auto-market-feb-16l.pdf> (дата обращения : 21.10.2016).
6. Смирнов, Е. Н. Автомобильные корпорации Германии: стратегии развития: монография / Е. Н. Смирнов. – М. : Компания Спутник+, 2004. – 140 с.