

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В работе проанализированы тенденции и перспективы развития автомобилестроения в Российской Федерации. Исследованы приоритетные направления развития. Рассмотрен опыт других развитых стран по развитию автомобилестроения.

Автомобилестроение – весьма значимая отрасль промышленности. По данным Росстата, вклад розничной торговли автомобилями в ВВП РФ по итогам 2007 г. составляет 2,5%. По этому показателю она обгоняет такие отрасли, как добыча полезных ископаемых, сельское хозяйство и производство электроэнергии [2].

Рынок автомобилей в последние годы является одним из наиболее динамично развивающихся в стране. Основными факторами развития рынка является повышение доходов населения, растущая доступность автокредитов, а также изменения в потребительском поведении.

Автомобильный рынок Российской Федерации можно разделить на следующие группы:

1. Легковые автомобили.
2. Грузовые автомобили.
3. Автобусы.

С целью более детального понимания отрасли и проведения анализа необходимо рассмотреть отдельно каждую из указанных групп.

Легковые автомобили

Легковые автомобили представляют собой достаточно однородный продукт (сохраняются основные свойства товара (количество мест (ме-

нее 8), все сидячие)). Основные признаки выделения класса – длина транспортного средства (см. табл. 1).

Другими признаками также являются уровень исполнения автомобиля (отнесение к представительским классам E и F). Отдельно выделяются универсальные автомобили (MPV – multi-purpose vehicles, SUV – sport utility vehicles). Обеспеченность легковыми автомобилями россиян является средней в сравнении с другими развитыми странами. Так, на 1000 человек в России приходится около 500 легковых автомобилей, в США – 762 автомобиля, в Германии – 515 автомобилей. Рост экономики в Российской Федерации позволяет говорить, что обеспеченность автомобилями и общий спрос на них будет расти до 2,3 млн. шт. в год к 2011 году. Росту экономики также будет способствовать тот факт, что на обширных и часто изолированных территориях России около 30% населения живет в районах без общественного транспорта и с большой зависимостью от легковых автомобилей [1].

Одновременно со снижением объемов продаж отечественных и подержанных иностранных автомобилей высокими темпами (65% в год) растут продажи новых иномарок [7].

Таблица 1. Типоразмеры легковых автомобилей

Наименование класса	Длина колесной базы, м	Длина транспортного средства, м	Ширина, м
Особо малый класс (А)	До 2.3	До 3.6	1.6
Малый класс (В)	2.3-2.45	3.6-3.9	1.5-1.7
Низший средний (С)	2.42 - 2.62	3.9 - 4.4	1.6-1.75
Средний (D)	2.54-2.8	4.4-4.7	1.7-1.8
Высший средний и люкс (Е)	Более 2.7	Более 4.6	Более 1.7
Представительский (F)	Более 2.7	Более 4.8	Более 1.7
Мини-вэны и универсалы (MPV - multi-purpose vehicles)	На базе автомобилей класса В-Е с вместимостью 6-8 чел.		
Полноприводные многоцелевые внедорожники (SUV - sport utility vehicles)			

Далее рассмотрен рынок новых иномарок, дано общее описание рынка отечественных автомобилей, а также рынка легких коммерческих автомобилей.

Объем продаж автомобилей, особенно массовых марок, напрямую зависит от количества дилеров и автосалонов. Среди лидеров по объемам продаж наибольшие темпы роста показывают бренды, достигшие максимальных успехов в расширении региональной дилерской сети. Исключение составляет Toyota – имея дилерскую сеть в 2-3 раза меньше, чем у лидеров рынка, компания продает в 3 раза больше автомобилей в расчете на один салон. Поддерживать темпы роста продаж компании удается за счет высокой конкурентоспособности автомобилей [4].

Отечественные автомобили теряют позиции на рынке. Цены на некоторые модели вплотную приблизились к ценам на дешевые иномарки, при этом качество, показатели безопасности, уровень комфорта остались прежними. Низкая престижность владения отечественным автомобилем вместе с доступностью кредитов на покупку иномарок, развитием снижающих стоимость иномарок на 30% автосборочных производств зарубежных производителей на территории РФ, расширением дилерских сетей привели к тому, что потребители, отдававшие предпочтение продукции отечественного автопрома из-за низкой цены, доступности ремонта и сервисного обслуживания, переключились на иномарки.

Дальнейшее развитие отечественных производителей может происходить по двум схемам: покупка технологических разработок иностранных производителей или предоставление производственных мощностей под сборку иномарок. В любом случае помимо роста финансовых показателей взаимодействие с западными производителями повысит общий технологический уровень российских заводов, что позволит им ускорить вывод на рынок собственных востребованных покупателями моделей, которые смогут составить конкуренцию импорту [5].

Сеть дилеров отечественных автомобилей охватывает более 160 городов и включает более 600 дилерских центров. Продавцы отечественных автомобилей постепенно добавляют в свои портфели иностранные бренды. Заниматься только

Таблица 2. Емкость рынка новых иномарок

	2005 г.	2006 г.	2007 г.	прогноз 2010 г.
Емкость рынка, тыс. штук	614	1009	1600	2500
Емкость рынка, млрд. руб.	226	466	808	1345
Средняя цена нового автомобиля, долл.	13 000	17 000	19 550	20 000

российскими машинами, по общему мнению участников рынка, уже не так выгодно, как раньше: маржа постоянно снижается из-за роста отпускных цен производителей, которые одновременно повышают требования к автосалонам. Кроме того, отечественные автомобили продавать сложнее: много времени и средств уходит на предпродажную подготовку, часто приходится заниматься обращениями по гарантии. В основном дилеры отечественных автомобилей выходят на рынок розничных продаж китайских и иранских автомобилей, т.к. требования производителей этих стран к дилерским центрам пока наименее жесткие – такие автомобили можно продавать даже с открытых площадок. Отечественные производители негативно относятся к торговле иномарками своих дилеров. Поэтому автодилеры вынуждены создавать под новое направление деятельности отдельный бренд и юридическое лицо.

Грузовые автомобили

Актуальным вопросом при изучении рынка грузовых автомобилей является конкуренция с другими видами транспорта: железнодорожным, водным и воздушным.

На выбор вида транспорта для перевозки грузов влияют факторы спроса и предложе-

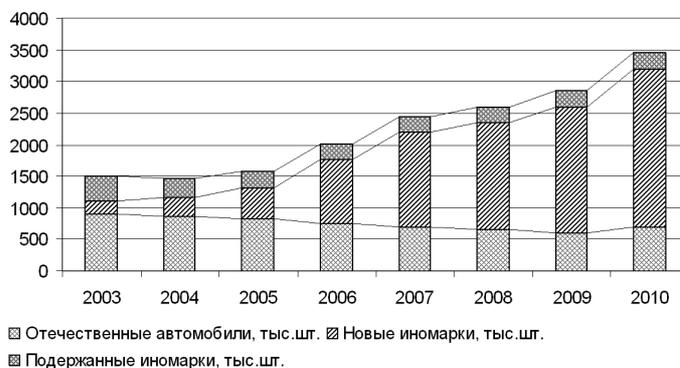


Рисунок 1. Продажи легковых автомобилей в РФ

ния. Факторы предложения связаны с различной сравнительной ресурсоемкостью организации перевозок, капитальными затратами на парк, энергоемкостью, трудоемкостью перевозок и т. д. Факторы спроса, определяющие выбор вида транспорта, связаны с характером перевозок (маршрут, скорость доставки и пр.) и с типологией грузов (габариты, ценность, условия хранения и т. д.). Вышеперечисленные факторы спроса и предложения находят отражение в тарифах на перевозку грузов. В России минимальная себестоимость и тарифы доставки груза сложились на железнодорожном транспорте. Самым дорогим видом транспорта является воздушный, хотя его широкое распространение может способствовать экономии на издержках и сократить разрыв между тарифами на воздушные и автомобильные перевозки.

С позиции предложения на выбор между автомобильным и другими видами транспорта влияет высокая себестоимость перевозок, большая трудоемкость перевозок (при объеме занятости на предприятиях автомобильного транспорта общего пользования, сопоставимом с количеством занятых на железных дорогах (1,2 млн. чел.), грузооборот почти в 60 раз меньше) и т. д. С позиций грузоотправителя (спроса) основными критериями выбора вида транспорта являются время, надежность доставки, спектр перевозимых грузов, гибкость и безопасность доставки.

В результате анализа перечисленных факторов можно сделать вывод, что с позиций грузоотправителя конкурирующими являются железнодорожный и водный вид транспорта. При особых условиях развития инфраструктуры транспорта (малые расстояния между пунктами назначения, приоритетное развитие сети автомобильных дорог) конкурировать могут магистральный автомобильный и железнодорожный транспорт. Для гибких децентрализованных перевозок готовых товаров автомобильный транспорт является практически безальтернативным способом доставки. Кроме того, автомобили чуть ли не полностью обеспечивают перевозки от центров перегрузки (портов, железнодорожных станций) к конечным получателям грузов. Воздушный транспорт рассматривается как вид срочного сообщения.

На грузооборот автомобильного транспорта влияет динамика выпуска в отраслях,

предъявляющих спрос на перевозки. Это в первую очередь горнорудная промышленность, сельское хозяйство, строительство и торговля. На основании прогноза развития этих отраслей можно построить прогноз грузооборота автомобильного транспорта отраслей экономики. Согласно отчетности о работе транспорта общего пользования доля грузов горнорудной промышленности и доля строительных материалов примерно равны и составляют 35-38%. Такие значительные доли обусловлены прежде всего большими объемами перевозок и их интенсивностью. Доля перевозок, связанных с торговой деятельностью, занимает всего около 3%, что гораздо меньше, чем за рубежом.

Парк грузового автомобильного транспорта составляет 4,4 млн. автомобилей. Он представлен автомобилями различных типоразмеров импортного и отечественного производства. В отличие от рынка легковых автомобилей данный рынок не настолько сильно насыщен импортными автомобилями. Их доля составляет порядка 10%. Большая часть парка находится в собственности юридических лиц (65-70%), остальные 30 процентов – в собственности физических лиц.

Существуют различные подходы к классификации грузовых автомобилей: в зависимости от полной массы транспортного средства, типа кузова, способа использования и прочих характеристик. В российской практике, в том числе в концепции развития автомобилестроения, чаще встречается классификация по грузоподъемности транспортного средства.

Для анализа рынка грузовых автомобилей использованы три класса транспортных средств: «легкий» (грузоподъемностью до 2 т), «средний» (2-8 т) и «тяжелый» (свыше 8 т). На российском рынке существенно преобладают легкие и тяжелые грузовики. В среднем классе производится не более 10-15 тыс. грузовых автомобилей, в то время как производство легких грузовиков – 135 тыс. шт., более тяжелых – 37 тыс. шт.

Около 46% грузовых автомобилей находятся в эксплуатации более 10 лет и полностью амортизированы. При наличии большого и изношенного парка большая часть перевозок обеспечивается более новой частью парка, который регулярно обновляется. Фактическая роль остаточного парка, очевидно, более зна-

чительна, чем просто «балласт», который лишь номинально числится в парке. Выбытие не выпускающихся в настоящее время моделей является достаточно низким и в целом сопоставимым с выбытием более новых автомобилей. Можно предположительно выдвинуть несколько причин, почему старые автомобили не выбывают из парка:

- используются для эпизодических перевозок;
- проведен капитальный ремонт (замена крупных узлов и агрегатов);
- разбираются на запчасти.

Относительно парка грузовых автомобилей можно сделать следующий вывод: остаточный парк сконцентрирован в одних организациях (сельское хозяйство, бюджетные организации и т.д.), а эффективный находится у других владельцев, приносит прибыль, восполняется и расширяется (малый бизнес, торговля и т.д.).

Одним из существенных факторов, влияющих на спрос грузовых автомобилей, является отличие в использовании между легкими, с одной стороны, и средними и тяжелыми – с другой. Продажи определяются масштабами выбытия парка и дополнительным спросом на парк в результате увеличения объема перевозок. В классе легких грузовиков на расширение парка влияет тенденция насыщения и расширение спроса на грузовики при растущем товарообороте. В классе средних и тяжелых грузовиков, обеспечивающих большую часть грузооборота автомобильного транспорта, расширение парка будет связано с увеличением спроса на автомобильные перевозки вместе с ростом экономики.

Основная масса эффективного парка легких грузовиков (*light commercial vehicle – LCV*), используемых в настоящее время, начала формироваться в 1994 г. вместе с началом выпуска автомобилей семейства «Газель» производства ОАО «ГАЗ». В этой нише в то время производились автомобили УАЗ (грузоподъемность – 0,8 т) и ИЖ (грузоподъемность – 0,5 т), поэтому «Газели» (1,5 т) заняли фактически свободную нишу, предложив недорогой автомобиль

для обслуживания коммерческих перевозок, прежде всего в сфере торговли.

Автомобили, относящиеся к классу легкого коммерческого транспорта (*light commercial vehicles – LCV*), предназначены для перевозки легких грузов или небольшого числа пассажиров. Продажи легкого коммерческого транспорта составляют 10% от общего объема реализации новых автомобилей в РФ, что в 2,5 раза ниже, чем в среднем по миру, где каждый четвертый произведенный автомобиль относится к этому классу.

Рынок легких коммерческих автомобилей РФ показывает устойчивый рост, преимущественно связанный с развитием малого и среднего бизнеса в стране, представители которого являются основными потребителями легкого коммерческого транспорта. Также активный спрос на легкий коммерческий транспорт появился со стороны госсектора.

Одновременно с ростом рынка происходит сокращение доли отечественных производителей, которые в данный момент занимают 80% рынка (70% – группа ГАЗ, модели «Газель» и «Соболь»). Продажи иностранных автомобилей коммерческого сегмента растут на 50% в год. В основном этот рост связан с «низким стартом» – до 2004 г. ГАЗ практически был монополистом. Даже самые дешевые корейские аналоги дороже отечественных моделей на 30-70%, а европейские – на 150-300%. Поэтому перспективы отечественного коммерческого транспорта более благоприятные, чем легкового [6].

Ситуация на рынке продаж легких коммерческих автомобилей характеризуется совмеще-

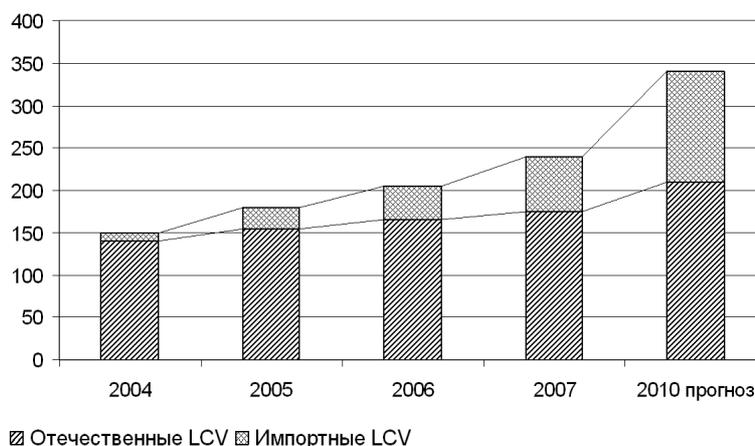


Рисунок 2. Динамика рынка легких коммерческих автомобилей РФ, тыс. штук

нием их продажи и обслуживания в одном дилерском центре с легковыми автомобилями того же производителя. Как правило, производители дают возможность развивать данный сегмент только своим уже существующим дилерам, имеющим достаточный опыт продаж. В настоящее время дилерские центры коммерческого транспорта существуют в виде обособленных структур в крупных автосалонах. В будущем вероятно появление отдельных дилерских центров, специализирующихся исключительно на коммерческом транспорте.

Одним из подсегментов рынка средних грузовиков, появившегося в последние несколько лет, является рынок грузовиков городского типа.

Основными потребителями в этом сегменте являются средние магазины и сети супермаркетов. Оборот последних достиг в последнее время около 10% от всего розничного оборота. При этом прогнозируется к 2010 г. увеличение этой доли до 30%. На рынок розницы начали приходить крупные западные сети супермаркетов, такие как немецкая Metro, французская Auchan, шведская ИКЕА, что с бурным развитием местных сетей (некоторые розничные сети за 2001 г. удвоили количество магазинов) вызовет рост сегмента средних грузовиков городского типа. В настоящий момент на этом сегменте присутствует только относительно устаревший автомобиль ЗИЛ «Бычок» с двигателем, удовлетворяющем только Евро-2.

Спрос на грузовики тяжелого класса будет в наибольшей мере эластичен по отношению к прогнозируемому грузообороту. Исходя из общего роста экономики в ближайшие 10 лет, это определит увеличение темпов роста парка. Дополнительное расширение производства может быть достигнуто за счет увеличения экспорта в страны с близким уровнем развития, за счет госзаказа (военный парк) и насыщения новых сегментов рынка (в сельском хозяйстве и торговле).

Заслуживает внимания импорт грузовых автомобилей. В некоторых отраслях, где наиболее важны высокая производительность или соответствие международным требованиям, Россия целиком зависит от импортных поставок. Основные виды импортируемой техники следующие:

- тяжелые грузовые автомобили из Украины и Беларуси;
- тягачи для международных перевозок грузов;

· строительная и специализированная техника.

Доля импорта в объеме продаж по классам составляет: в легком 3-5%, в среднем 10-12%, в тяжелом 40-45% (2007 г.) [3].

Автобусы

При исследовании рынка легковых автомобилей РФ было выявлено, что большая часть населения (1-7-я доходная группы) практически не расходуют денежные средства на автомобили, из чего можно сделать вывод о большой значимости автобусов в подвижности населения.

Для анализа рынка автобусов использовалась следующая классификация: малый (включает в себя особо малый («Газель») и малый (ПАЗ-3205) классы), средний (ГолАЗ-4242, ЛАЗ-695) и большой (большой (ЛИАЗ-5256) и особо большой («Икарус»-435 (сочлененный))).

До кризиса автобусной промышленности 90-х годов производство автобусов в России было достаточно стабильным и составляло 50-60 тыс. штук в год. Начиная с 1992 года общий объем производства данного вида транспорта резко пошел на спад. К 1996 году ежегодный выпуск автобусов снизился на 32% и достиг своей минимальной отметки – чуть больше 35 тысяч штук. Особенно это коснулось производства малых автобусов, которое сократилось практически в два раза (с 19,5 до 11 тысяч штук в год). Основной причиной столь значительного спада является резкий переход к рыночным отношениям, в результате чего основные покупатели автобусов, ведомства, областные администрации, муниципалитеты, в связи с дефицитом бюджетных средств существенно снизили приобретение автобусов. Следствием этого стали сначала закупка подержанных иностранных автобусов, а затем возникновение на территории РФ ряда сборочных производств: Ikarus, IVECO, Volvo, Scania, Mercedes, Isuzu.

Во второй половине 90-х годов кризис отечественной автобусной промышленности достиг своего апогея. Из 600 тысяч автобусов всех классов, числившихся в базе данных ГИБДД на тот момент, реально выходили на линии лишь 400 тысяч. При этом степень износа автобусного парка в среднем по стране к 1998 году увеличилась до 70-80%. К концу 90-х годов появилось осознание эффективности инвестиций

в автомобильную промышленность, и началась определенная стабилизация: в 2001 году выпуск автобусов составил 103% от уровня 1990 г. По производству же автобусов малого и особо малого классов Россия превысила уровень выпуска в СССР в 1990 г. примерно на 25-30%. В то же время производство автобусов большей пассажироместности сократилось примерно в 3 раза, а вводы автобусов особо большой вместимости сократились более чем в 4 раза.

В целом перспективы рынка автобусов связаны с выбором стратегии обеспечения городских и пригородных перевозок населения. Парк государственного общественного транспорта сокращается, его негативное финансовое состояние существенно осложняет действующая система необеспеченных льгот на проезд. Частный маршрутный транспорт не способен нести полную нагрузку по перевозкам населения. Ухудшение качества работы транспорта требует от государства новых решений – увеличения финансирования государственных перевозчиков, в том числе при участии федеральных властей, изменения системы организации работы частных перевозчиков и других мер [8].

В 2008 г. ожидается, что продажи иностранных автомобилей в России будут по-прежнему увеличиваться. Это связано как с ростом благосостояния части населения, так и с неустойчивостью валютного рынка. Поэтому 2008-й для производителей легковых вряд ли будет лучше предыдущего года. Тем не менее прогнозные данные на 2008 г. в большинстве своем говорят о том, что автомобилестроение в целом ожидает новый рост производства. Согласно прогнозам Минпромнаучки России [3] в 2008 г. производство автотранспорта составит 11,35 млн. единиц, то есть в целом по подотрасли рост должен быть около 5%.

Таким образом, автомобильный рынок в ближайшие годы будет характеризоваться, во-первых, увеличением конкуренции со стороны западных производителей, а во-вторых, ростом емкости. По прогнозам Минэкономразвития России спрос на легковые автомобили в стране к 2010 г. составит 18 млрд. долл. против 13 млрд. долл. в 2007 г.

Вышесказанное позволяет утверждать, что, несмотря на наличие потенциала развития, российская автомобильная промышленность будет в ближайшие годы работать в предельно жестких экономических условиях. В значительной степени успех или неудача будут зависеть от активной позиции государства и государственной политики. Основными направлениями этой политики должны стать: защита внутреннего рынка от избыточной конкуренции со стороны импорта (в первую очередь подержанных автомобилей); создание благоприятных условий для инвестиций в модернизацию отрасли. К числу первоочередных мер поддержки отрасли относятся: повышение таможенных тарифов на импортные автомобили, введение нетарифных ограничений на ввоз подержанных иномарок; снижение пошлины на те виды ввозимого технологического оборудования и отдельные комплектующие, которые не имеют отечественных аналогов; сохранение налоговых льгот в части инвестирования прибыли; развитие потребительского кредита; предоставление государственных гарантий поддолгосрочные банковские кредиты автомобильной промышленности; поддержка экспорта автомобилей путем предоставления внешнеторговых кредитов (гарантий) за счет ресурсов банков с государственным участием; упорядочить национальную систему сертификации, в том числе применительно к международным стандартам.

Список использованной литературы:

1. Балькина Т. Итоги 2006: Выход из кризиса. // Автобизнес. Март 2007. С. 2.
2. Концепция развития автомобильной промышленности России до 2010 г.: распоряжение Правительства РФ от 16 июля 2002 г. №978-р.
3. Круглый стол: Развитие компонентного сектора автомобильной промышленности // Автобизнес: Январь-Февраль 2007. С. 2.
4. Новоселов В. Отрасль будет жить, если... // Автобизнес, №10 2007. С. 36.
5. Погребняк Е.В., Белоусов А.Р. Автомобильная промышленность России: состояние и перспективы. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006. – 147 с.
6. Сахнова Е. Аналитический обзор. Россия: автомобилестроение. – Объединенная финансовая группа, 2002 г. – 43 с.
7. Статистический сборник. Автомобильная промышленность Нижегородской области. – Н.Н.: Госкомстат России. Нижегородский областной комитет государственной статистики, 2007.
8. Юдин А.А. Состояние научно-технического потенциала автомобильной отрасли. Пенза: Сборник статей III Международной научно-практической конференции. Совершенствование управления научно-техническим прогрессом в современных условиях, 2005, 0,2 п.л.