

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА АВТОКОМПОНЕНТОВ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ РЫНКА В УСЛОВИЯХ СПАДА ЭКОНОМИКИ РФ

© 2016 С.Г. Вилкова

ЧОУ ВО «Международный институт рынка», г. Самара, Россия

Состояние автомобилестроительной отрасли за период 2014-2015 гг. демонстрирует снижающий тренд. Это связано со многими объективными причинами, в частности с увеличением стоимости автокомпонентов, ввозимых из-за рубежа, вследствие девальвации рубля. Снижение покупательной способности населения и рост цен на автомобили создает кризисную ситуацию на рынке. Процесс локализации производства автокомпонентов на предприятиях РФ иностранными производителями не достиг уровня, определенного правительством РФ и по объему в единице продукции, и по срокам реализации соглашений по локализации. Для производителя отечественного бренда ОАО «АВТОВАЗ» ситуация по комплектованию автокомпонентами также оказалась сложной из-за ряда управленческих решений, принимаемых руководством альянса Renault- Nissan. Возможно, что при сложившихся условиях на автомобильном рынке РФ будут найдены механизмы, стимулирующие процессы локализации производства автокомпонентов, как, например, предложение размера государственной поддержки производителей в зависимости от уровня локализации.

Ключевые слова: кризисная ситуация, автомобильный рынок, уровня локализации.

Итоги статистических исследований автомобильного рынка в РФ показывают устойчивое снижение производства и реализации автомобилей. Так, по итогам 2015 года реализовано 1,6 млн. автомобилей, что меньше на 35,7%, чем в 2014 году [4]. По данным аналитического агентства «АВТОСТАТ», за январь – февраль 2016 года объем выручки от

продаж легковых автомобилей составил 246,6 млрд. рублей, что на 7,5% меньше аналогичного периода годом раньше (226,7 млрд.рублей) [5]. Ниже представлены данные финансовых показателей реализации автомобилей топ-марок (первой десятки) за 2014-2015 гг. (январь-февраль).

Таблица 1 - Топ-марки (первая десятка) по продажам, ценам, выручке и приросту за аналогичный период за январь-февраль 2014 и 2015 гг.

№	Марка	Продажи, шт.	Цена, тыс.руб.	Выручка, млрд.руб.	Прирост за аналогичный период, %
1	MERCEDES	6 400	5 097,4	32,6	+9,1
2	TOYOTA	13 988	2 158,9	30,2	+17,0
3	KIA	20 541	1 016,7	20,9	-3,3
4	LADA	33 828	525,3	17,8	-2,7
5	BMW	4 669	3 468,9	16,2	-12,8
6	HYUNDAI	18 368	875,4	16,1	-25,3
7	NISSAN	11 813	1 261,8	14,9	-28,1
8	VOLKSWAGEN	10 025	1 051,0	10,5	-24,6
9	LEXUS	2 536	3 776,9	9,6	+138,2
10	RENAULT	13 723	697,4	9,6	-13,0

Из таблицы видно, что лидером по объему продаж является марка LADA (33 828 шт.), лидером по объему выручки - марка MERCEDES (32,6 млрд. руб.),

лидером по приросту по выручке – марка LEXUS (+138,2%).

В целом, по итогам первых двух месяцев 2016 года авторынок в России сократился,

по сравнению с аналогичным периодом 2015 года, на 20,8%. Ниже представлены данные по изменению объема продаж по Таблица 2 - Показатели объема продаж, изменений к аналогичному периоду 2015 года и доли рынка групп производителей

№	Группа	Продажи, шт.	Изменения к аналогичному периоду 2015, %	Доля рынка, %
1	AVTOVAZ-Renault-Nissan	63 587	-24,8	32,9
2	HYUNDAI-KIA	39 061	-21,6	20,2
3	VW-GROUP	20 877	-24,2	10,8
4	TOYOTA GROUP	16 553	+4,9	8,6
5	MERCEDES-BENZ	7 202	-11,4	3,7
6	FORD	5 676	+76,7	2,9
7	GAZ LCV	5 118	+6,7	2,7
8	UAZ	5 029	+11,4	2,6
9	BMW GROUP	4 843	-23,2	2,5
10	GM GROUP	3 782	-54,8	2,0

Доля рынка производителей автомобилей также изменилась. Согласно таблице 4 в ТОП-10 производителей группа AVTOVAZ-Renault-Nissan сохраняет лидерство на рынке (32,9%), но при этом доля рынка уменьшилась (-24,8%) [6].

При этом показатель обеспеченности автомобилями составляет 284 автомобиля на 1000 жителей страны. Для сравнения Аналитическое Агентство «АВТОСТАТ» приводит данные за 2013 год по европейским странам. Например в Великобритании данный показатель составляет 464 автомобиля, во Франции – 512 автомобилей, в Германии – 539 автомобилей, в Италии – 621 автомобиль [7]. На 1 января 2015 года в России насчитывалось 40,85 млн. легковых автомобилей. Особо отмечается изношенность автомобильного парка в России, из них:

- 1) старше 15 лет – 33,1% (от общего количества автомобилей);
- 2) старше 10 лет – 48,9% (от общего количества автомобилей);
- 3) старше 5 лет – 72,7% (от общего количества автомобилей).

Сложная экономическая ситуация в стране отразилась на падении спроса на автомобили. Согласно опросам, проводимым Аналитическим Агентством

группам производителей за 2014-2015 гг. за период январь-февраль (табл. 2.)

«АВТОСТАТ», 27% российских автовладельцев вынуждены отложить покупку нового автомобиля (вместо 21% в 2014 году), 14% автовладельцев ориентируются на приобретение автомобиля на вторичном рынке (вместо 10% в 2014 году).

Падение спроса объясняется рядом причин:

- 1) завышение цены на автомобиль (39%);
- 2) нестабильная ситуация на денежном рынке в стране (36%);
- 3) высокие кредитные ставки автокредитования и неудобные схемы погашения (11%);
- 4) финансовые трудности (10%);
- 5) потеря работы (дохода) (4%) [8].

При анализе продаж наиболее популярных моделей наблюдается снижение продаж у большинства производителей. Ситуация на автомобильном рынке во многом определяется ценовой политикой американских и европейских концернов. На фоне девальвации рубля цены на автомобили индексировались в среднем на 45%-50% на американские бренды, до 20% на европейские бренды. В силу роста цен продукции европейских и американских автоконцернов их доля на российском

рынке сократилась, но увеличилась доля корейских производителей Kia и Hyundai до 9,8% [7].

Марочная структура продаж на российском авторынке в январе-феврале 2016 года [9] представлена в табл. 3.

Таблица 3 - Марочная структура продаж автомобилей за январь-февраль 2016 год.

№	Модель	Продажи, шт.	Изменение к аналогичному периоду 2015 года, %
1	HYUNDAI Solaris	13 756	-15,2
2	LADA Granta	13 712	-25,0
3	KIA Rio	10 570	-5,9
4	RENAULT Duster	6 576	+15,5
5	VOLKSWAGEN Polo	5 881	-0,8
6	TOYOTA RAV 4	5 873	+71,7
7	LADA Vesta	4 598	---
8	LADA Largus	4 443	-16,9
9	LADA 4x4	4 278	-36,4
10	RENAULT Logan	3 706	-45,4
11	CHEVROLET Niva	3 592	-18,2
12	TOYOTA Camry	3 315	-31,3
13	RENAULT Sandero	3 303	-25,1
14	SKODA Rapid	3 225	-23,2
15	KIA Sportage	3 165	+15,4
16	SKODA Octavia	2 975	-27,9
17	LADA Priora	2 948	-37,6
18	LADA Kalina	2 910	-43,9
19	NISSAN Qashgai	2 715	-19,0
20	KIA Cee'd	2 710	-20,2

Из таблицы видно, что три модели (RENAULT Duster(+15,5%), TOYOTA RAV 4 (+71,7%), KIA Sportage (+15,4%)) имеют положительные изменения продаж, при этом пять отечественных моделей имеют отрицательные изменения (LADA Granta (-25,0%), LADA Largus (-16,9%), LADA 4x4 (-36,4%), LADA Priora (-37,6%), LADA Kalina (-43,9%)), и у одной модели (LADA Vesta) объемы продаж остались без изменения. Таким образом, объем продаж продукции ОАО «АВТОВАЗ» в среднем по перечисленному модельному ряду

составил -31,96%. Доля продукции ОАО «АВТОВАЗ», несмотря на падение продаж в I квартале 2016 года на 23%, увеличилась 18,4% [7].

Основополагающим условием для автоконцернов, работающих на территории РФ, являлась локализация производства автокомпонентов до уровня 75% (к 2018 году). Показатели локализации представлены в таблице 5. Степень локализации некоторых автомобилей, выпускаемых в России, представлены в табл. 4 [10].

Таблица 4 - Взаимозависимость уровня цен на модели промсборки за 2015 г. и I квартал 2016 года от доли локализации

№	Модель	Доля локализации	Средняя цена, начало 2016	Средняя цена, 2015	Прирост, %
1	Chevrolet Niva	95	578741	531400	+8,91
2	Lada Kalina	85	463646	417339	+11,09
3	Lada Largus	72	599798	527 790	+13,64
4	Lada Vesta	71	560206	503536	+11,25

5	Datsun on DO	70	387616	410229	-5,51
6	Datsun mi DO	70	472261	486057	-2,84
7	Renault Duster	66	867351	719 111	+20,61
8	Nissan Terrano	66	878741	803589	+9,35
9	Renault Logan II	62	549464	498426	+10,23
10	Renault Sandero II	62	578956	528126	+9,62
11	Volkswagen Polo	60	696004	572 083	+21,66
12	Nissan Almera	50	612365	495637	+23,55
13	Scoda Rapid	50	806866	727683	+10,88
14	Hyundai Solaris	47	728236	591828	+23,05
15	Kia Rio	47	696474	587 050	+18,63
16	Peugeot 408	36	1061444	894978	+18,60
17	Citroen C4 Sedan	33	1093484	1031751	+5,98
18	Ford Focus	33	1048436	833 100	+25,85
19	Ford Mondeo	33	1562488	1 380 000	+13,22
20	Nissan Teana	33	1073000	1 329 750	-19,30
21	Toyota Camry	33	1620307	1 414 200	+14,57
22	Volkswagen Tiguan	25	1601365	1 343730	+19,17

При проведении корреляционного анализа зависимости цены на модели от доли локализации можно сделать следующий вывод. В группу со средней ценой 454753 руб. с самым высоким уровнем локализации (от 81-95 %) входят модели: Chevrolet Niva, Lada Kalina. Прирост цен на модели данной группы за период 2015-2016 гг. составил в среднем 10%. В группу с высоким уровнем локализации (от 67-81 %) входят модели Lada Largus, Lada Vesta, Datsun on DO, Datsun mi DO. Прирост цен на модели данной группы за период 2015-2016 гг. составил в среднем 4,13%. В группу с уровнем локализации (от 53-67 %) входят модели: Renault Logan II, Renault Sandero II, Volkswagen Polo, Renault Duster, Nissan

Terrano. Прирост цен на модели данной группы за период 2015-2016 гг. составил в среднем 14,29%. В группу с уровнем локализации (от 39-53 %) входят модели Nissan Almera, Scoda Rapid, Hyundai Solaris, Kia Rio. Прирост цен на модели данной группы за период 2015-2016 гг. составил в среднем 19,03%. В группе с наименьшим уровнем локализации (от 25 до 39 %) присутствуют 7 моделей, которые попадают в интервал цены от 763168 руб. до 1380000 руб. Это модели - Ford Focus, Citroen C4 Sedan, Ford Mondeo, Nissan Teana, Toyota Camry, Peugeot 408, Volkswagen Tiguan. Прирост цен на модели данной группы за период 2015-2016 гг. составил в среднем +11,15% .



Рисунок 1- График зависимости прироста цен на модели промсборки за период 2015 и начала 2016 гг. от степени локализации

Необходимо отметить, что альянс Renault –Nissan для повышения спроса на модели Datsun, собираемые в режиме промсборки в г. Тольятти, значительно снижает цены, поэтому в группе модели, производимые ОАО «АВТОВАЗ», имеют положительный прирост (+12,45%), в то время как модели Datsun альянса Renault–Nissan имеют средний прирост цен отрицательный (-4,17%). Резкое снижение цен на модель Nissan Teana до (-19,30%) связано с тем, что компания

Nissan приняла решение остановить производство седана Nissan Teana на заводе в Санкт-Петербурге. Такие меры приняты из-за тяжелой экономической ситуации в РФ и серьезного сокращения сегмента D на местном рынке. Уже произведенные автомобили будут продаваться в дилерских центрах Nissan до весны 2016 года [11].

Следовательно, без данной модели, общий прирост цен в группе составит 16,23%.

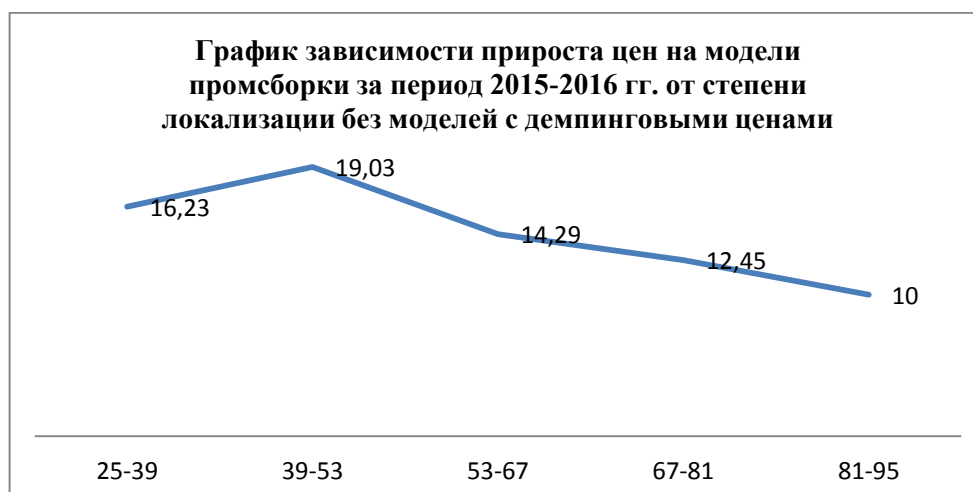


Рисунок 2 - График зависимости прироста цен на модели промсборки за период 2015 и начала 2016 гг. без моделей с демпинговыми ценами

При исследовании зависимости роста цен за период 2015-2016 гг. можно видеть, что существует прямая зависимость роста цен от достигнутого уровня локализации по ряду моделей. С увеличением доли локализации автокомпонентов отечественного производства прирост цен на автомобиль данной марки снижается.

Таким образом, степень локализации является определяющим фактором в процессе формирования цен на рынке автомобильной продукции. С ростом локализации автомобиль становится более доступным для потребителя. Проблемы локализации отечественного производителя остаются на первом плане при формировании цен.

ОАО «АВТОВАЗ» - традиционный производитель одних из самых доступных по цене автомобилей. Однако цена на модель LADA Largus поднялась

на 33 %. Официально озвученные финансовые результаты ОАО «АВТОВАЗ» составили 74 млрд. руб. убытков. Убытки должны быть покрыты акционерами, в том числе и государством в лице концерна. Доля производимых автокомпонентов на предприятиях г.Тольятти достигает 60%. Среди зарубежных поставщиков присутствуют Daewon (сиденья), Koto (оснастка светотехники), ZF (настройки и калибровка трансмиссии АМТ, рулевой механизм с тягами, опоры радиатора), BROSE (стеклоподъемники ручные и электрические), Valeo (климатика, сигнализация, парктроники, приводы и генераторы, стартер, фары противотуманные), Continental (шины), Bosch (привод стеклоосушителя, гидроагрегаты, датчики скорости колес, генератор, педаль акселератора), AE2 (детали интерьера и экстерьера), Edscha

Avtomoiv (петли нового поколения), Magna (зеркало заднего вида внутреннее), Contitech (трубопровод конденсатора в сборе для двигателя ВАЗ), АКОМ (стартерные аккумуляторные батареи), TRW (тормоза и дефекторы вытяжной вентиляции), Lear (блок управления кузовной электроники EMM), Visnton (радиатор), Kiekert (замок багажника) [12].

При снижении курса рубля стоимость продукции поставщиков альянса Renault–Nissan выросла, что ослабило конкурентоспособность отечественного производителя. Так, например, цена на Lada Vesta становится на уровне основных конкурентов – Kia Rio, Hyundai Solaris и Volkswagen Polo. В итоге цена на Lada Vesta (514 тыс. руб.) приблизилась к Hyundai Solaris (570 тыс. руб.). На предприятии планировали, что с момента старта продаж в ноябре 2015-го до конца года будет продано 5 тыс. Lada Vesta, однако продажи составили в итоге 2,8 тыс. Как отмечалось правительством РФ, руководство альянса «выбрало «самый легкий путь», отказываясь от сотрудничества с отечественными поставщиками запчастей в пользу партнеров Renault и Nissan» [13].

При девальвации рубля продукция партнеров Renault и Nissan резко выросла в цене, что отразилось на стоимости конечного продукта – автомобиля – и на финансовых результатах в целом.

Проблема для ОАО «АВТОВАЗ» заключается, в частности, в привлечении российских, особенно региональных поставщиков, имеющих продукцию соответствующего качества, но не являющихся поставщиками альянса. Данная проблема с поставщиками должна быть урегулирована при участии правительства РФ. Например, компания TRW поставляет на LADA Vesta тормозной узел (стойка в сборе, включающая амортизатор, пружину, суппорт, тормозной цилиндр, гидравлические трубки, тормозной диск и колодки). Российский производитель ОАО «ТИИР» (г. Ярославль) является

научно-исследовательским институтом, испытательным центром и заводом одновременно. Предприятие выпускает тормозные колодки мирового уровня и имеет огромный опыт поставки фрикционных изделий отечественным и зарубежным автопроизводителям в OEM и OES. Помимо российских автозаводов, является партнером Daimler, Renault-Nissan, Chevrolet, Land Rover, Ford. Однако не является поставщиком концерна и, чтобы внедрить готовый тормозной узел российского производителя, необходим трехсторонний договор – компании TRW (поставщик тормозного узла, партнер Renault и Nissan), ОАО «АВТОВАЗ» и ОАО «ТИИР» с четким разделением ответственности. В этом случае российское предприятие поставляет продукцию компании TRW, а она, в свою очередь, поставляет готовый узел ОАО «АВТОВАЗ». Аналогичным примером может служить трехсторонний договор на поставки тормозного узла компании Mercedes [14].

Российские поставщики автокомплектующих готовы предоставить свою продукцию автопроизводителям, готовы сотрудничать по вопросам качества, однако проблемы правового сопровождения тормозят развитие процесса.

Правительство России собирается скорректировать распределение субсидий автоконцернам так, чтобы больше средств доставалось предприятиям с большей локализацией производства. Минпромторг планирует выработать систему оценки уровня локализации производителей. В зависимости от полученной оценки зарубежные производители, имеющие право промсборки на территории РФ, смогут претендовать на госсубсидии. В январе президент В.В. Путин дал поручение правительству сделать так, чтобы объем господдержки производителей легкового транспорта зависел от уровня локализации производства. В настоящее время в секторе легковых автомобилей

наибольший уровень локализации имеет концерн Renault-Nissan, за счет партнерства с ОАО «АВТОВАЗ» и ОАО «КАМАЗ». У концернов Volkswagen и Ford Sollers локализация официально составляет 45%, по итогам 2015 года она должна составить уже 50%. У производителя Hyundai - около 46%. Ранее большая часть субсидий доставалась российским производителям: ОАО «АВТОВАЗ», ОАО «ГАЗ», ОАО «Соллерс» и ОАО «КАМАЗ». По итогам 2015 года доля субсидий распределялась следующим образом: ОАО «АВТОВАЗ» в объеме производства составила 23,2%, Kia-Hyundai — 24,8%, Volkswagen Group— 11,8%, Renault — 11,5%, Nissan — 9%, «Соллерса»— около 5%, Ford— 2,9% [15]. В 2016 году государство выделит для поддержки отрасли автомобилестроения в размере 50 млрд. рублей [16].

Локализация производства будет учтена при распределении средств, выделенных государством на обновление парка автомобилей. Сейчас уровень поддержки зависит от динамики продаж бренда [17].

Развитие автопроизводства в РФ неразрывно связано с устойчивым развитием подотрасли производства комплектующих, что в принципе и определяет возможности автосборочного производства и территорий, на которых они находятся. Для формирования согласованных цепочек создания продукта (автомобиля) необходим математический метод моделирования процессов согласования и интеграции участников сложных экономических систем [11]. Привлечение специалистов к решению стратегических задач по определению форм и параметров согласования интересов всех участников автопроизводства даст возможность правительству определить наименее затратные звенья цепочки поставщик-автопроизводитель и наиболее затратные звенья, от которых необходимо отказаться. От действий правительства в данном направлении зависит экономическое развитие региональных кластеров[2],[3].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Афоничкин А.И. Формирование модели согласованных цепочек создания ценности в предпринимательских сетях//Вестник Международного института рынка. 2015 №1. С.8-12.
2. Нестерова С.И. Модель оценки интегрального уровня конкурентоспособности региона // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». – 2013. - № 4 (30). – С. 47–53.
3. Рамзаев В.М., Кукольников Е.А., Нестерова С.И. Прогнозирование динамики роста конкурентоспособности территорий на основе индикаторов опережающего развития // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6; URL: <http://www.science-education.ru/120-16011>.
4. <http://www.autostat.ru/articles/24582/>
5. <http://www.autostat.ru/infographics/25366/>
6. <https://www.autostat.ru/infographics/25210/> Лидеры авторынка России в январе-феврале 2016 года
7. http://idab.ru/upload/uploads/Case_28.03.2015/avtovaz.pdf4 Автоваз в кризис: выживание или шанс?
8. <https://www.avito.ru>, онлайн-опрос, февраль 2015
9. <https://www.autostat.ru/infographics/25210/> Лидеры авторынка России в январе-феврале 2016 года
10. <http://wroom.ru/news/3670>
11. http://www.autonews.ru/automarket_news/news/1815462/

12. <http://www.abs-magazine.ru/article/o-lokalizatsii-importozameschenii-i%C2%A0russkih-avtomobiljah>
13. <http://www.autostat.ru/articles/25222/>
14. <http://www.abs-magazine.ru/article/o-lokalizatsii-importozameschenii-i%C2%A0russkih-avtomobiljah>
15. <http://www.kommersant.ru/doc/2946129>
16. <http://www.autostat.ru/articles/24650/>
17. <http://www.zr.ru/content/news/855223-lokalizovavshie-proizvodstvo-avtozavody-poluchat-bolshe-subsidij/>

LOCALIZATION OF PRODUCTION OF AUTOMOTIVE COMPONENTS AS A FACTOR OF MARKET STIMULATION IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMIC RECESSION IN RF

© 2016 Svetlana G. Vilkova

International Market Institute, Samara, Russia

Status of car industry for the period 2014-2015 shows the reducing trend. This is due to many objective reasons, in particular the increase in the cost of automotive components imported from abroad, as a result of devaluation of the ruble. Reduced purchasing power of the population and the rise in prices for cars creates a crisis situation in the market. The process of localization of production of automotive components in the enterprises of the Russian Federation by foreign producers has not reached the level determined by the Government of the Russian Federation and the volume per unit of production, and on the terms of implementation of the localization of the agreements. For the manufacturer of the domestic brand of JSC "AVTOVAZ" situation on acquisition of automotive components also proved to be difficult due to a number of administrative decisions taken by the leadership of the alliance Renault- Nissan. It is possible that under the current conditions on the automobile market of the Russian Federation, mechanisms will be found that will stimulate the production processes of localization of automotive components, such as the size of the proposal of the state support of manufacturers, depending on the level of localization.

Keywords: crisis situation, automobile market, level of localization.