



Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики



Центр развития

РЫНОК НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

2020 год

РЕЗЮМЕ	2
1. ОБЗОР ОТРАСЛИ ПРОИЗВОДСТВА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ	6
2. ТЕНДЕНЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ	17
3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ И ОТРАСЛИ ИХ ПРОИЗВОДСТВА	34
4. ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ.....	49
5. ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ	81
ПРИЛОЖЕНИЕ	88

Автор: Бутов А. М.

РЕЗЮМЕ

Состояние отрасли и рынка новых легковых автомобилей являются одним из самых ярких индикаторов как уровня экономического развития государства в целом, так и состояния его потребительского сегмента. Сегодня автомобиль представляет собой высокотехнологичный продукт, аккумулирующий новейшие достижения науки и техники и стимулирующий их дальнейшее развитие через целевые научно-технические исследования. К тому же в процессе изготовления автомобиля, помимо тех предприятий, которые заняты его непосредственной сборкой, участвует большое число смежных отраслей. Затем, уже в процессе эксплуатации, на автомобиль работает целый ряд поддерживающих и обеспечивающих производств: производство бензина и масел, производство запчастей и комплектующих, ремонтные мастерские и центры технического обслуживания. Не следует забывать и сбытовой аспект. Например, в России на начало 2020 года насчитывалось более 3,2 тыс. дилерских центров. Таким образом, автомобильная отрасль является одним из драйверов развития экономики страны, роль которого сложно переоценить. Поэтому государство, как правило, принимает деятельное участие в развитии автопрома.

В апреле 2018 года Правительство РФ утвердило Стратегию развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года. Основной целью этого документа было названо «создание регулирующих, инвестиционных, инфраструктурных и технологических условий для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке российской автомобильной промышленности и производства компонентов». Вновь принятый документ был синхронизирован с утвержденной правительством ранее Стратегией развития экспорта продукции автомобильной промышленности на период до 2025 года и условиями присоединения России к международным торговым партнерствам. Иными словами, стал наглядно виден рост интересов регулятора к развитию внешнеторгового канала сбыта продукции российского автопрома.

Помимо роста экспорта автомобильной техники и ее компонентов, принятой стратегией для отрасли были обозначены следующие цели:

- удовлетворение российскими производителями 80–90% внутреннего спроса на современную автомобильную технику;
- наращивание технологических компетенций национальных производителей автомобильной техники и комплектующих за счет углубления локализации производимых автомобилей до 70–85%;
- выведение на рынок продуктов с принципиально новыми свойствами в области электродвижения, автономного вождения, подключенного автотранспорта, газомоторной техники, стимулирование спроса на такую технику, организация послепродажного обслуживания и создание необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры.

На протяжении последних 7–8 лет показатели работы отечественной отрасли производства легковых автомобилей отличались высокой волатильностью: после продемонстрированного в 2013 году «пикового» роста, на протяжении 2014–2016 годов выпуск легковых автомобилей в стране снижался, затем в 2017–2018 годах вновь вырос, а 2019 год снова показал пусть

небольшой, но спад. Так, в 2019 году в России было выпущено немногим более 1,52 млн легковых автомобилей, что соответствовало снижению в 2,6% к уровню 2018 года. При этом результат 2019 года более чем на 20% отстает от показанного в 2013 году.

Отметим, что более 80% спроса российского рынка удовлетворяется за счет продукции внутреннего производства. Поэтому динамика продаж на нем очень близка к той картине, которую показывает отечественный автопром. Так, после спада 2015–2016 годов российский рынок новых легковых автомобилей вернулся на траекторию роста, но так и не достиг того уровня, на котором он находился в 2013–2014 годах. Напротив, по итогам 2019 года мы видим, что тенденция восстановительного роста была прервана: в этот год в России было продано немногим более 1,6 млн новых легковых автомобилей, что соответствовало снижению на 2,3% к уровню 2018 года.

Ключевые негативные факторы, определяющие состояние российского рынка и отрасли, сохраняют свое влияние на протяжении уже достаточно длительного времени. К числу таких факторов можно отнести относительно низкую конкурентоспособность продукции российского автопрома на мировом рынке, а также слабость внутреннего спроса, обусловленную произошедшим в 2015 году и так и не восстановившимся после этого снижением покупательной способности населения. Влияние последнего фактора наблюдается и в структуре внутренних продаж, где явно доминирует бюджетный сегмент. Причем даже в нем потребитель делает выбор в пользу тех марок и моделей, которые соответствуют нижней ценовой границе рассматриваемого сегмента. Дополнительно мы видим развитие кредитной и лизинговой схем продаж, которое идет во многом благодаря субсидиарной поддержке государства, что мы также склонны интерпретировать в качестве иллюстрации слабости внутреннего спроса.

В этих условиях для рассматриваемых нами отрасли и рынка не только значимым, но во многом определяющим фактором остаются меры поддержки со стороны государства, без которых сегмент производства и сбыта легковых автомобилей вполне мог оказаться в стране в близком к коллапсу состоянии, пережив кратное сокращение своих объемов. Ситуация продолжающейся слабости внутреннего спроса требует от государства не просто сохранения оказываемых им мер поддержки, но и их расширения. Так, например, в 2018 году на поддержку российского автопрома было выделено 100 млрд руб. промышленных субсидий, помимо которых, для стимулирования спроса на автотехнику, было предусмотрено выделение еще 24 млрд руб. Дополнительно, при необходимости, планировалось получить еще 9,5 млрд руб., источником которых должен был стать Резервный фонд Правительства РФ. Очевидно, что такое положение вещей не может устроить регулятора, который осуществляет попытки модернизировать поддержку, повысив ее эффективность. Одним из ярких примеров такого желания являются изменения, которые были внесены правительством в 2019 году в концепцию СПИК (специальные инвестиционные контракты). Они призваны побудить иностранных инвесторов к расширению объемов производства и углубить его локализацию в России. Параллельно государством решается задача переориентации рынка на продукцию внутреннего производства.

Другой, не менее важной своей задачей государство видит развитие экспортного канала сбыта продукции отечественного автопрома. И хотя объемы поставок отечественных автомобилей на внешние рынки росли на всем протяжении 2017–2019 годов, достигнув по итогам 2019 года объема в 109,4 тыс. легковых автомобилей, по факту это лишь 7% от их суммарного объема

производства в стране за тот же год. Притом что 65,3% экспорта легковых автомобилей пошли всего лишь в две страны – Казахстан и Беларусь.

Как и в случае с внутренним рынком, важнейшим фактором для российского экспорта является поддержка со стороны государства. В настоящее время она остается многоплановой, включающей в себя субсидирование части затрат для отечественных производителей на НИОКР и омологацию. Однако на сегодняшний день основной мерой поддержки эксперты и представители автопрома единодушно называют компенсацию из федерального бюджета российским производителям определенной доли их логистических издержек.

В целом же, для усиления позиций российского автопрома на внешних рынках необходимо преодоление имеющегося у них технологического отставания от ведущих производителей. В противном случае, как мы уже отмечали ранее, экспорт, конечно, может быть увеличен, но лишь с падением создаваемой в России добавленной стоимости автомобиля. А это вряд ли будет приемлемым для отрасли и экономики страны вариантом.

При этом нужно сказать, что мировой рынок новых легковых автомобилей является высоко конкурентным. И осуществить на нем успешную экспансию является довольно сложной задачей. К тому же, начиная с 2018 года на мировом рынке наблюдается снижение продаж. Так, если в 2017 году, в соответствии с оценкой Международной организации производителей автомобилей в мире было реализовано 70,7 млн легковых автомобилей, то в 2019 году рассматриваемый показатель составил лишь 64,3 млн ед. техники.

Наиболее массовыми и определяющими для рынка являются всего три его локальных сегмента: Китай, ЕС и США. Как следует из данных статистики, происходивший в последние годы спад продаж во многом стал следствием их снижения в Китае.

Что касается производства, лидерами здесь уже давно являются Германия и Япония, которые не только отличаются большим объемом выпуска легковых автомобилей, но и активно экспортируют их по всему миру. В этом смысле от них отличается Китай, автопром в котором хоть и демонстрирует впечатляющие объемы выпуска, но ориентирован преимущественно на внутренний спрос и не может пока составить конкуренцию ведущим странам-экспортерам.

Соответственно, и крупнейшие в мире автопроизводители – Volkswagen и Toyota – имеют свои штаб-квартиры в Германии и Японии и уже продолжительный период времени удерживают свое лидерство на мировом рынке. Чтобы показать масштаб бизнеса этих корпораций, укажем, что по итогам 2019 года один Volkswagen отчитался о реализации по всему миру 8,8 млн автомобилей всех, выпускаемых этим концерном, брендов.

Важно отметить, что в автопроме быстрыми темпами идет инновационное развитие, наиболее ярким проявлением которого стал рост доли в глобальных продажах электромобилей и гибридов. Помимо этого, в отрасли наблюдается все более широкое использование цифровых технологий, которые, в перспективе, должны будут полностью изменить нынешнюю конфигурацию рынка, обеспечив, в частности, переход на автономно движущиеся автомобили. В конечном счете это дает преимущество крупнейшим мировым игрокам, которые за счет достигнутого ими объема бизнеса и эффекта масштаба производства получают естественное преимущество в происходящей «технологической гонке». Что касается текущего состояния и перспектив российских производителей, мы можем привести в пример рынок стран ЕС, где продолжающееся поэтапное

ужесточение предъявляемых к автомобилю экологических требований создает дополнительные сложности, к которым отечественные бренды адаптироваться пока не в силах. И уже это очевидно ограничивает возможности расширения географии поставок российской продукции.

В 2020 году, в силу случившейся в мире пандемии, рынок существенно потерял в объеме продаж. В соответствии с оценкой экспертов, по итогам года объем продаж будет на 15–20% ниже, чем в 2019 году. Однако в целом можно сказать, что, помимо произошедшего сокращения объема продаж, складывавшиеся на нем до того тенденции в полной мере сохраняют свою актуальность.

Что касается текущих реалий российского рынка и отрасли легковых автомобилей, фактор пандемии коронавируса оказал на них дополнительное крайне негативное влияние: в первом полугодии 2020 года не просто очень существенно сократились объемы производства (-35% к уровню января-июня 2019 года) и выручка автопрома (-33% в том же базисе сопоставления), но и обозначился спад инвестиционной активности, ставший, в свою очередь, следствием не только сокращения объемов выпуска техники, но и ростом неопределенности будущих перспектив сегмента производства легковых автомобилей.

Это поставило отрасль и рынок легковых автомобилей в России в еще большую зависимость от поддержки регулятора, нарушив планы последнего по выведению отрасли и рынка на позитивный тренд, чтобы потом как минимум не расширять размеры вливаемых в них бюджетных средств. Напротив, в середине 2020 года регулятор заявил о выделении из бюджета на стимулирование спроса на внутреннем рынке легковых автомобилей дополнительных средств в размере 45 млрд руб., сделав акцент на поддержке автокредитования и лизинга.

Сохраняющаяся высокая неопределенность ситуации не позволяет государству строить в отношении рассматриваемой нами сферы деятельности сколько-нибудь долгосрочные планы, изначально подразумевая, что даже в ближайшие месяцы они будут корректироваться. Соответственно, эксперты сходятся во мнении, что стало крайне сложно делать какие-либо оценки даже в отношении самых ближайших перспектив отечественного рынка. Так, например, опубликованный уже в октябре 2020 года авторитетным аналитическим агентством «Автостат» прогноз предусматривал, что спад спроса на легковые автомобили составит по итогам года от 13% до 18%. Т.е. даже в условиях, когда были известны сведения о фактическом объеме продаж легковых автомобилей в России за первые три квартала 2020 года, эксперты специализирующейся на авторынке аналитической компании не были готовы дать однозначный прогноз, предусмотрев значительную «вилку» в сценариях. Это лишний раз подтверждает тот высокий уровень неопределенности, в которой находится рынок.

Сводная таблица показателей, характеризующих развитие рынка легковых автомобилей в России

	2016	2017	2018	2019
Рынок новых легковых автомобилей в РФ, тыс. шт.	1311	1475	1669	1631
Прирост рынка новых легковых автомобилей в РФ, % к предыдущему году	-12,1	12,5	13,2	-2,3
Производство новых легковых автомобилей в РФ, тыс. шт.	1119,8	1355,7	1565,5	1524,9
Прирост производства новых легковых автомобилей в РФ, % к предыдущему году	-7,9	21,1	15,5	-2,6
Уровень зависимости от импорта:				
- доля продаж импортных машин на рынке легковых автомобилей в РФ, %	20,8	17,3	16,2	17,0
Уровень развития экспорта:				
- отношение экспорта легковых автомобилей из РФ, к продажам на внутреннем рынке, %	5,2	5,7	5,6	6,7
<i>Справочно:</i>				
Наличный парк легковых автомобилей в РФ, млн шт. (на начало года)	44,6	46,9	47,4	48,4
Индексы цен производителей на легковые автомобили (декабрь к декабрю предыдущего года), %	110,7	104,4	103,0	103,3
Индекс потребительских цен на легковые автомобили (в годовом исчислении), %	106,7	103,0	104,7	103,5
Доля новых легковых автомобилей, проданных в кредит, %	36	40	39	43

Источник: Росстат (официальный сайт, ЕМИСС), Автостат, «АСМ-холдинг», расчеты Института «Центр развития» НИУ ВШЭ.

1. ОБЗОР ОТРАСЛИ ПРОИЗВОДСТВА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

В утвержденной в апреле 2018 года Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года¹ Минпромторгом как разработчиком этого документа была дана характеристика отечественной автомобилестроительной отрасли.

В частности, там говорилось, что российская автомобильная промышленность имеет высокий уровень концентрации производства и представлена во всех его сегментах. На территории Российской Федерации осуществляется производство легковых, легких коммерческих, грузовых автомобилей, а также автобусов.

Описывая ту конфигурацию, в которой на момент написания Стратегии находилась отрасль, авторы рассматриваемого документа указывали, что более 60% произведенных в Российской Федерации моделей легковых автомобилей относятся к моделям с высоким уровнем локализации (50% и выше), спроектированным на базе платформ* ведущих мировых автопроизводителей. Основные объемы производства (около 40%) приходятся на платформы B0 Renault-Nissan, KP2 Hyundai, PQ25 Volkswagen.

Там же отмечалось, что в результате локализации сборочных производств иностранных производителей доля отечественных автомобильных платформ существенно сократилась, а доминирующие позиции в производстве автомобилей заняли иностранные модели.

При этом Минпромторг утверждал, что сборочные локализованные производства формируют добавленную стоимость на территории России лишь на этапе конечных операций. Та же часть добавленной стоимости, которая создается при разработке продукта и производстве компонентов автомобиля, формируется за рубежом. И те автоконцерны, которые представляют из себя международные промышленные группы, имеют возможность оптимизировать прибыль, например, посредством изменения стоимости узлов и агрегатов, поставляемых с «материнских» производств.

Применительно к российским реалиям в Стратегии говорилось, что продукция сборочного производства ориентирована в основном на удовлетворение потребности внутреннего рынка и не имеет существенных экспортных перспектив. А сами сборочные локализованные производства обеспечивают ограниченную передачу компетенций в области инжиниринга, развития технологий и производственных систем и, следовательно, не могут способствовать ускорению развития национальной экономики.

Признавая в целом позитивную роль, которую сыграла локализация производства для российского рынка, Минпромторг в качестве одного из ее негативных последствий обозначил, что в результате развития сборочных производств и роста использования импортных комплектующих с одновременным сокращением производства российских марок существенно выросла зависимость отрасли от импорта. На момент подготовки Стратегии импортозависимость в

¹ <http://static.government.ru/media/files/EVXNIplqvhAfF2Ik5t6l6kWrEIH8fc9v.pdf>

* Автомобильная платформа – компоновочная схема автотранспортного средства, объединяющая конструкторско-технологические решения и агрегатную часть, используемая как основа для создания моделей или модельных рядов.

производстве легковых автомобилей была, по данным автора этого документа, на уровне свыше 60% (в 2008 году соответствующий показатель не превышал 40%).

Минпромторг также отмечал, что автомобильная отрасль, по сравнению с многими другими отраслями промышленного производства, пропорционально в большей степени подвержена влиянию неблагоприятных макроэкономических факторов. Так, например, негативная внешнеэкономическая и внешнеполитическая конъюнктура, сложившаяся в России в 2014–2016 годах, а также ставшие ее следствием существенное снижение темпов роста внутренней экономики и рост волатильности национальной валюты, совокупно привели к резкому снижению покупательной способности населения и падению инвестиционной активности, что симметричным образом отразилось в виде «сжатия» внутреннего спроса на автомобильную продукцию. В результате, несмотря на оказанные меры поддержки, объемы производства и продаж автомобильной техники в России сократились. Это привело к недозагруженности производственных мощностей предприятий отрасли, существенно сказавшись на финансовых результатах их деятельности. Как писал Минпромторг, накопленный убыток отрасли за три предшествовавших написанию Стратегии года составил более 130 млрд руб.

Если говорить о текущем количественном и качественном составе производящих окончательную сборку предприятий отрасли, то, в соответствии с данными Росстата, на конец 2019 года в стране насчитывалось 35 юридических лиц, занятых производством легковых автомобилей. Из них 19 представляют собой организации, находящиеся исключительно в российской собственности, а 16 – в собственности совместных и иностранных организаций. Как следует из данных статистического ведомства, с 2017 года количество занятых производством легковых автомобилей юридических лиц выросло на 6 ед.: на 2 увеличилось число организаций с совместной российско-иностранной собственностью и на 4 – число организаций в российской собственности.

Таблица 1. Количество юридических лиц* по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», ед.

	2017	2018	2019
ВСЕГО (по всем формам собственности)	29	35	35
из них:			
Российская собственность	15	20	19
Собственность совместных и иностранных организаций	14	15	16

Источник: Росстат.

Другой показатель статистического ведомства – *Количество крупных и средних предприятий и организаций, по состоянию на конец года*, – который учитывает лишь те организации, которые в рассматриваемый период времени действительно выпускали указанную продукцию, говорит, что по состоянию на конец 2019 года производством легковых автомобилей в России были заняты лишь 25 предприятий (см. табл. 2).

* В методических пояснениях Росстата сказано, что этот показатель отражает количество крупных и средних организаций нефинансового сектора экономики.

Таблица 2. Количество крупных и средних предприятий и организаций по виду деятельности «Производство легковых автомобилей» (по состоянию на конец года), ед.

	2017	2018	2019
ВСЕГО	26	25	25

Источник: Росстат.

Как мы писали со ссылкой на Минпромторг выше, производство легковых автомобилей в России отличается высокой концентрацией. В соответствии с данными Росстата, в 2019 году свыше 50% суммарного выпуска отрасли было обеспечено всего лишь тремя предприятиями. Более 75% выпуска приходится на шесть предприятий. Всего же более-менее значимым производством легковых автомобилей заняты не более 20 заводов.

Таблица 3. Коэффициент концентрации производства по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», в %

	2017	2018	2019
По 1-му предприятию	23,67	26,32	23,25
По 3-м предприятиям	50,74	56,44	51,82
По 4-м предприятиям	59,78	65,7	61,8
По 6-ти предприятиям	76,36	77,79	76,86
По 8-ми предприятиям	85,14	85,76	86
По 10-ти предприятиям	91,17	90,52	92,02
По 15-ти предприятиям	98,47	97,75	98,39
По 20-ти предприятиям	99,92	99,84	99,84
По 25-ти предприятиям	100	100	100

Источник: Росстат.

К цифрам статистического ведомства близка и оценка аналитического агентства «Автостат». В соответствии с данными этой компании, по итогам 2019 года в структуре производства автомобилей в России около половины суммарного объема выпуска (47,1%) пришлось всего на три предприятия: «АвтоВАЗ», «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» и «Автотор». «Самая большая доля в российском автопроме – у «АвтоВАЗа» (20,5%). На долю «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» (14,2%) приходится примерно каждый седьмой произведенный автомобиль. С конвейера «Автотора» (12,4%) сошла практически каждая восьмая машина в стране», – писал Автостат в своем пресс-релизе². Что касается прочих автопроизводителей, по доле в диапазоне 5–9% имели четыре предприятия: «Фольксваген Груп Рус», ГАЗ, «ЛАДА Ижевск» и «Рено Россия». У «Тойота Мотор», «Ниссан Мэнүфэкчуринг Рус» этот показатель составляет 4,3 и 3% соответственно. Доля прочих была ниже 3%.

² <https://www.autostat.ru/infographics/43540/>

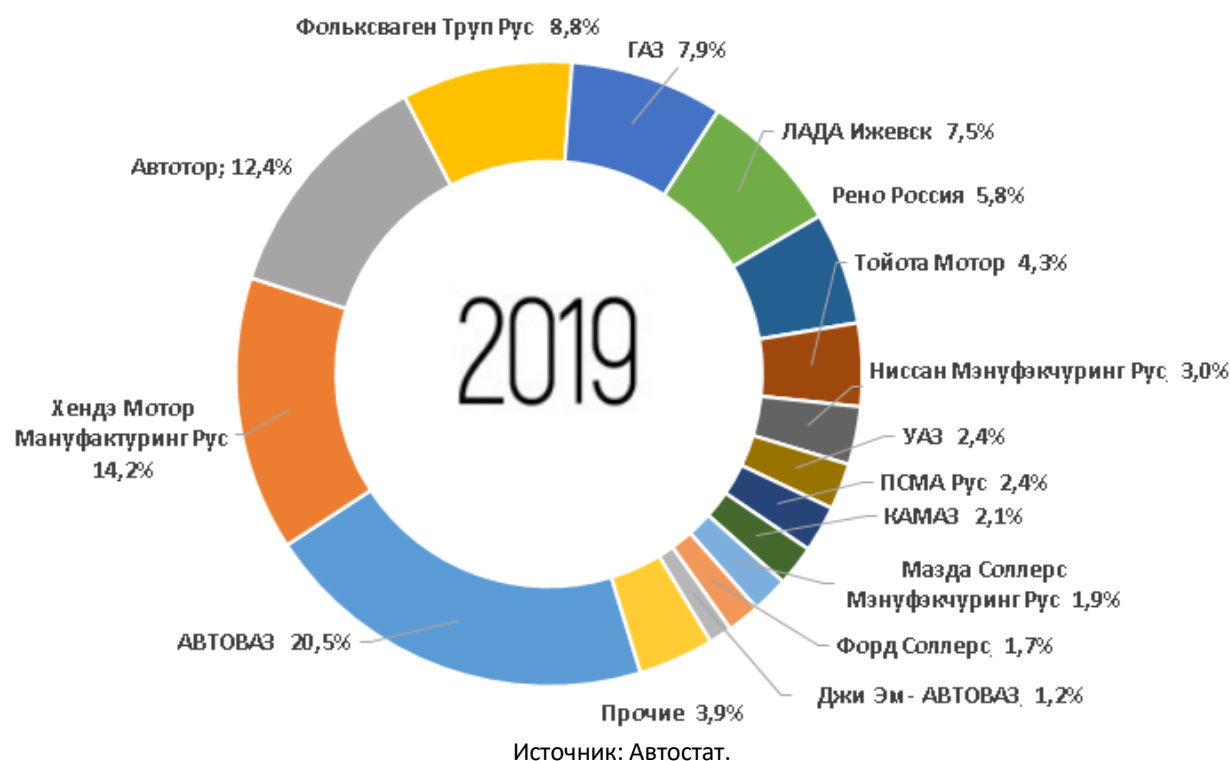


Рис. 1. Структура производства автотехники* в России по итогам 2019 г., в %

Что касается фактических возможностей по производству легковых автомобилей, информация Росстата говорит о том, что по итогам 2019 года российская отрасль автомобилестроения имела мощность, достаточную для выпуска 2,7 млн легковых автомобилей. По сравнению с 2018 годом рассматриваемый показатель снизился на 4,3%.

Таблица 4. Среднегодовая мощность по выпуску легковых автомобилей, действовавшая в отчетном году (значение показателя за год), ед.

	2017	2018	2019
ВСЕГО	2851 183	2832 508	2710 051

Источник: Росстат.

При этом в последние годы уровень загруженности имеющихся производственных мощностей по выпуску рассматриваемого нами вида техники находился в пределах 45–55%. Как видно из таблицы 5, в 2019 году уровень использования среднегодовой производственной мощности составил 55,6%, что немного выше показателя за 2018 год и заметно больше того результата, который был показан в 2017 году. Однако необходимо отметить, что продемонстрированный рост произошел на фоне сокращения производственных мощностей.

* Включая грузовые и легкие коммерческие автомобили.

Таблица 5. Уровень использования среднегодовой производственной мощности, в %

	2017	2018	2019
ВСЕГО	47,37	55,26	55,64

Источник: Росстат.

Переходя к производственным и финансово-экономическим показателям отрасли, сразу отметим два момента.

Во-первых, начиная с 2014 года производство легковых автомобилей в России фактически находится в состоянии спада. И даже несмотря на восстановительный рост 2017–2018 годов, отрасль вплоть до настоящего времени даже не приблизилась к тому уровню, на котором она была в 2012–2013 годах. В нашем прошлом, посвященном той же тематике обзоре³ мы писали, что «состояние спада, в котором уже на протяжении нескольких лет находится экономика России, в полной мере отражается как на отрасли автомобилестроения вообще, так и на производстве легковых автомобилей, в частности». Актуальность этого вывода сохраняется вплоть до настоящего времени. И по тем данным, которые представлены в табл. 6, мы можем видеть, что, после «шокового» падения, достигшего своего пика в 2015–2016 годах, к 2019 году производство так и не вернулось к максимуму 2012–2013 годов.

Во-вторых, уже в 2020 году основным влияющим на отрасль фактором стала пандемия коронавируса, послужившая причиной серьезного спада производства в первой половине года. Результат этого мы наглядно увидели в статистике выпуска, согласно которой итоговый результат января-августа 2020 года заметно ниже того объема производства, который отрасль продемонстрировала за аналогичный период, но годом ранее.

Таблица 6. Производство легковых автомобилей, тыс. шт.

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	8 мес. 2019	8 мес. 2020
1924,7	1695,4	1215,4	1119,8	1355,7	1565,5	1524,9	1010,0	705,8

Источник: Росстат.

Рассматривая ту же динамику, но уже в относительных показателях, мы можем видеть, что производство заметно снизилось уже в 2014 году. После этого был «пиковый» спад 2015 года, когда автопром почти на 30% сократил объем выпуска легковых автомобилей. В 2016 году тенденция падения объемов производства продолжилась, но темпы снижения были уже не такими масштабными. Начиная с 2017 года, в течение двух лет производство росло. Однако, как мы уже сказали, результат 2013 остался недостижимым. И в 2019 году объем выпуска легковых автомобилей в стране вновь сократился, продемонстрировав спад на 2,6% к предыдущему году. Что касается доступной нам динамики в 2020 году, Росстат говорит о том, что еще до связанных с коронавирусом ограничительных мероприятий производство демонстрировало спад. Так, по итогам оперативных данных за январь 2020 года в России было выпущено на 16,5% меньше легковых автомобилей, чем годом ранее. Ситуация повторилась и в феврале: -12% к уровню предыдущего года. Далее наметившаяся тенденция усиливалась (-19% в марте), достигнув пика в

³ [https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/Рынок новых легковых автомобилей 2017.pdf](https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/Рынок%20новых%20легковых%20автомобилей%202017.pdf)

апреле 2020 года, когда было произведено на 79% меньше машин, чем в апреле 2019 года. Динамика мая-июня также была (хоть и относительно в меньшем масштабе) отрицательной. Лишь в июле 2020 года, когда по факту все связанные с пандемией ограничительные мероприятия были сняты, производство показало рост в 2%. Однако в августе вновь произошел спад выпуска (-30% к уровню августа 2019 года). В итоге, в соответствии с данными статистического ведомства, за январь-август 2020 года было произведено на 30% меньше легковых автомобилей, чем в аналогичный период 2019 года.

Таблица 7. Прирост (снижение) производства основных легковых автомобилей в натуральном выражении, в % к предыдущему периоду

2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018	8 мес. 2020/8 мес. 2019
-11,9	-28,3	-7,9	21,1	15,5	-2,6	-30

Источник: Росстат.

Предварительные данные за сентябрь-октябрь 2020 года говорят о том, что в эти месяцы динамика производства была положительной относительно 2019 года (+5%). Что объясняется необходимостью компенсировать предыдущий спад, вызвавший, как мы можем предположить, эффект отложенного спроса.

АСМ-Холдинг, рассматривая итоги последнего, завершеного на момент подготовки нашего материала 2019 года, писал, что выпуск легковых автомобилей отечественных марок в 2019 году составил 410,7 тыс. шт., что соответствует снижению на 1,0% к уровню предыдущего года. Что касается отдельных марок, в 2019 году производство LADA сократилось на 0,9%, в том числе: «АвтоВАЗ» (+0,1%), «ЛАДА Ижевск» (ОАГ) (-2,2%), «Лада Спорт» (-1,9%), «ЧеченАвто» (-16,4%), «Супер-Авто Холдинг» (-73,8%). УАЗ снизил объем выпуска на 2,9%.

Выпуск легковых автомобилей иностранных марок по итогам 2019 года снизился в России на 3,1%, составив 1112,9 тыс. ед. техники. Рост производства по итогам 2019 года в этой группе был зафиксирован на следующих предприятиях: ГК «Автотор» (+4,7%), Фольксваген Груп Рус, г. Калуга (+4,3%), Мазда Соллерс Мануфэкчуринг Рус (+5,3%), ПСМА РУС (+7,5%), АЗ «ГАЗ» (контрактная сборка) (+13,6%).

Доля иностранных марок в общем выпуске легковых автомобилей в России составила в 2019 году 73,0% (в 2018 году – 73,5%).

Переходя к финансовым показателям отрасли, сразу отметим, что их динамика отличается от той, которую демонстрировали показатели, имеющий натуральный базис. Так, например, полученная отраслью выручка хоть и «просела» в 2015–2016 годах, что совпало с трендом «штучных» продаж, в 2018–2019 годах, в отличие от продаж в натуральном выражении, уже значительно превзошла уровень 2013–2014 годов.

Таблица 8. Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей) по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», млрд руб.

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
1225,73	1160,06	926,19	1009,16	1257,17	1613,59	1658,54	813,00	544,90

Источник: Росстат.

Очевидно, что в условиях низкого объема продаж в натуральном выражении опережающий рост выручки может происходить лишь за счет роста цен. Что мы и видим в тех данных, которые представлены в табл. 9. При этом обращает на себя внимание, что даже при произошедшем в первом полугодии 2020 года заметном росте цен производителей на легковые автомобили выручка продемонстрировала отрицательную динамику. Что стало следствием очень существенного спада физических объемов производства.

Таблица 9. Индексы цен производителей на легковые автомобили (декабрь к декабрю предыдущего года), в %

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
103,42	110,55	113,4	110,69	104,42	103,04	103,27	104,76	107,21

Источник: Росстат.

Рассматривая ту прибыль, которую отрасль получала в последние несколько лет, мы видим, что после достигнутых в 2013 году рекордных объемов, в 2015–2016 годах в сегменте производства легковых автомобилей автопром показывал убыток. Затем, в 2017–2019 годах финансовый результат деятельности отрасли был положительным. Однако объем полученной в эти годы автопромом прибыли был в разы меньше того уровня, который отрасль показывала в 2013–2014 годах. И наконец, по итогам января-июня 2020 года в сегменте производства легковых автомобилей мы увидели убыток, почти в том же объеме, какой был показан за 2015 год в целом. Эта динамика коррелирует с динамикой натуральных объемов производства рассматриваемого вида техники.

Таблица 10. Прибыль (убыток) от продаж по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», млрд руб.

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
32,48	19,03	-28,30	-60,99	8,78	9,65	8,84	1,54	-24,41

Источник: Росстат.

При произошедшем на фоне роста цен увеличении объемов выручки «скромные» показатели прибыли могут иметь лишь одно объяснение – это возросшая себестоимость производства. Что находит свое подтверждение в данных Росстата, демонстрирующих, что себестоимость росла в отрасли симметрично выручке. При том что в 2014–2016 годах индексы цен производителей превышали 10% в год, а в 2017–2019 годах рассматриваемый показатель был не выше 3–4%.

Таблица 11. Себестоимость проданных товаров по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», млрд руб.

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
1101,47	1066,65	887,21	967,58	1152,59	1480,53	1520,52	746,55	515,38

Источник: Росстат.

Произошедшее в сегменте производства легковых автомобилей, на фоне сохранявшегося роста себестоимости, сокращение суммарных объемов прибыли привело к падению рентабельности. По итогам 2019 года этот показатель был почти в 6 раз ниже, чем в 2013 году. А в января-июне 2020 года в производстве легковых автомобилей убыточность отрасли составила 4,74%.

Таблица 12. Рентабельность (убыточность) проданных товаров, продукции, работ, услуг по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», в %

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
2,95	1,78	-3,19	-6,30	0,76	0,65	0,58	0,21	-4,74

Источник: расчеты Института «Центр развития» НИУ ВШЭ на основе данных Росстата.

В обзоре за 2017 год мы уже писали, что вызванный кризисным падением спроса общий спад производства легковых автомобилей в 2015-2016 годах сказался и на показателях потребности отрасли в рабочей силе и занятости. В частности, в 2015 году в России прекратил работу завод General Motors, собиравший ряд моделей легкового сегмента под брендами Chevrolet и Opel. К тому же, как мы уже сказали, с тех пор производство так и не вернулось на уровень 2013–2014 годов. При этом сохраняется тренд на его дальнейшую автоматизацию и роботизацию. В итоге мы видим, что в автопроме происходит медленное, но планомерное сокращение числа занятых.

Таблица 13. Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей и работников несписочного состава) по виду деятельности «Производство автотранспортных средств», тыс. человек

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
229,1	213,9	186,1	170,6	171,9	168,0	167,6

Источник: Росстат.

Однако, на фоне снижения среднесписочной численности работников, наблюдается рост их среднемесячной номинальной начисленной заработной платы. Так, если число занятых в автопроме с 2013 по 2019 годы сократилось почти на 27%, заработная плата в производстве легковых автомобилей, напротив, выросла в тот же период на 70%. Таким образом, даже несмотря на сокращение числа занятых, за счет пропорционально большего роста заработной платы фактор «рабочей силы» оказывает влияние на себестоимость, увеличивая издержки производства в рассматриваемом нами виде деятельности.

Таблица 14. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций (без субъектов малого предпринимательства) по виду деятельности «Производство легковых автомобилей», тыс. руб.

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
35,64	39,25	42,34	44,51	49,67	58,07	60,67

Источник: Росстат.

Данные об инвестиционной активности в сегменте производства легковых автомобилей демонстрируют, что, после роста в 2018 году, в последующий год объем направленных на развитие рассматриваемого рынка средств сократился. Что же касается истекшего периода 2020 года, мы видим кратное снижение инвестиций в основной капитал по отношению к 2019 году. Очевидно, что это стало следствием фактора пандемии коронавируса, вызвавшего не только обвал производства, но и повысившего уровень неопределенности, в которой находятся интересующие нас отрасль и рынок.

Таблица 15. Инвестиции в основной капитал по виду деятельности «Производство легковых автомобилей»*, млрд руб.

2017	2018	2019	6 мес. 2019	6 мес. 2020
44,23	76,91	55,93	25,51	10,83

Источник: Росстат.

Что касается тех инвестиционных проектов, которые были реализованы в последние годы, мы можем отметить состоявшееся в 2019 году завершение строительства и запуск в эксплуатацию завода Mercedes в Московской области⁴. В соответствии с данными портала «Инвестиционные проекты», строительство потребовало 167 млрд руб. И это был самый масштабный проект в сфере автомобилестроения за последние годы⁵.

По теме инвестиций в автопроме писало и информационное агентство «Интерфакс». Оно указало, что «одной из самых актуальных тем для российского автопрома на протяжении последних лет был новый инвестрежим, в рамках которого автопроизводителям предлагалось заключить с государством (в лице Минпромторга) специальные инвестиционные контракты (СПИКи) в обмен на стабильность бизнес-условий, налоговые льготы, а также доступ к компенсирующим действующий в России утилизационный сбор субсидиям. В соответствии с информацией «Интерфакса», к июлю 2019 года об условиях дальнейшей работы в РФ договорились все ключевые игроки⁶.

В частности, как писало информагентство, «беспрецедентно высокие обязательства с объемом частных инвестиций в 70 млрд руб. в рамках СПИК взял на себя «АвтоВАЗ», который, при участии

* Показатель учитывает крупные и средние организации и организации с численностью работников до 15 человек, не являющиеся субъектами малого предпринимательства.

⁴ <https://360tv.ru/news/tekst/zavod-mercedes-otkroetsja/>

⁵ <https://investprojects.info/news/investicii-avtomobilestroenie-2018>

⁶ <https://www.interfax.ru/business/689481>

альянса Renault-Nissan-Mitsubishi, обязался к 2025 году локализовать производство 26 моделей, создать производство автоматических коробок передач и, как сообщала пресс-служба правительства Самарской области, «передовых двигателей, в том числе с турбонагнетателем и на сжатом природном газе».

Значительные обязательства по СПИКу в легковом сегменте взяло на себя и российское подразделение Volkswagen. Сообщалось, что компания намерена локализовать технологически сложное производство двигателей, в том числе мехобработку шатунно-поршневой группы, коленвала, головки блока цилиндров. Минпромторг отмечал, что немецкий автопроизводитель «уже сейчас является одним из самых крупных инвесторов в российскую автомобильную промышленность, осуществив инвестиции в размере 1,83 млрд евро в свой бизнес в России».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ:

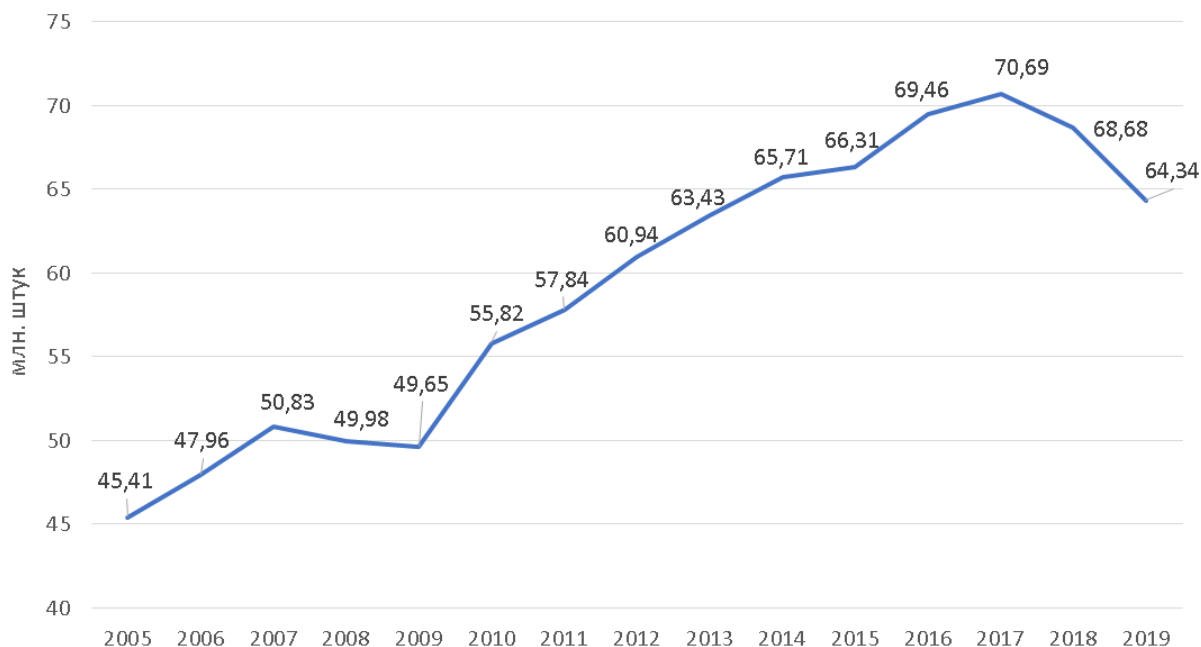
Мы видим, что на протяжении последних семи-восьми лет показатели работы отрасли производства легковых автомобилей отличались высокой волатильностью: после продемонстрированного в 2013 году «пикового» роста, на протяжении 2014–2016 годов выпуск легковых автомобилей в стране снижался, затем, в 2017–2018 годах вновь вырос, а 2019 год снова показал пусть небольшой, но спад.

В целом нужно сказать, что ключевые негативные факторы, определяющие состояние российского рынка и отрасли, сохраняли свое влияние на всем протяжении рассматриваемого нами периода. К числу таких факторов можно отнести относительно низкую конкурентоспособность продукции российского автопрома на мировом рынке, а также слабость внутреннего спроса, обусловленную произошедшим в 2015 году и так и не восстановившимся снижением покупательной способности населения.

В 2020 году дополнительное крайне негативное влияние на отрасль оказал фактор пандемии коронавируса, в результате которого в первом полугодии существенно сократились объемы производства и выручка автопрома, а также обозначился спад инвестиционной активности, ставший в свою очередь следствием не только сокращения объемов выпуска техники, но и роста неопределенности будущих перспектив сегмента производства легковых автомобилей.

2. ТЕНДЕНЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

В соответствии с данными Международной организации производителей автомобилей (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, OICA), в 2019 году в мире было реализовано 64,34 млн легковых автомобилей. По сравнению с 2018 годом объем продаж машин сократился на 6,3%. Как следует из статистики OICA, 2019 год стал вторым годом подряд, когда рассматриваемый нами показатель демонстрировал снижение. До того, начиная с 2010 года, мировой рынок легковых автомобилей показывал исключительно положительную динамику.



Источник: OICA.

Рис. 2. Динамика мирового рынка легковых автомобилей, млн шт.

Определяющими региональными сегментами мирового рынка легковых автомобилей, где сосредоточен основной объема спроса, являются объединенный рынок стран ЕС, а также локальные рынки США и Китая. Самым крупным из перечисленных уже в течение достаточно продолжительного времени остается рынок Китая. И еще совсем недавно рынок этой страны был самым быстрорастущим в мире.

Как говорят данные OICA, в 2019 году в Китае было реализовано 21,44 млн новых легковых автомобилей. И доля этой страны в глобальном рынке составила 33,3%.

Вторым по значимости следует назвать объединенный рынок стран ЕС*. Объем продаж рассматриваемой нами продуктовой группы в 2019 год достиг на этом рынке 15,82 млн новых легковых автомобилей. Это соответствует доле в 24,6% от суммарного объема проданных в мире автомобилей.

* Включает в себя 28 стран-членов ЕС и страны, входящие в Европейскую ассоциацию свободной торговли.

В составе рынка ЕС существенными объемами реализации автомобилей отличаются такие страны, как Германия, Франция и Великобритания. А также, в меньшей степени, Италия и Испания. Совокупно перечисленные пять стран устойчиво формируют свыше 70% суммарного спроса европейского рынка на новые легковые автомобили.

На рынке США в 2019 году было реализовано 4,71 млн легковых автомобилей, что соответствовало доле в 7,3% от общемировых продаж.

Таким образом, на долю трех основных региональных рынков пришлось свыше 65% суммарного объема реализованных в 2019 году в мире легковых автомобилей.

Однако помимо перечисленных, считаем необходимым упомянуть и о рынках, демонстрирующих существенный объем сбыта таких стран, как Япония (4,3 млн шт.), Индия (2,96 млн шт.), Бразилия (2,26 млн шт.) и Южная Корея (1,54 млн шт.). В группу лидеров входит и Россия, где объем продаж автомобилей хоть и сильно сократился в последние годы, но остается на достаточно высоком уровне и превысил по итогам 2019 года 1,5 млн легковых автомобилей.

Что касается динамики основных региональных рынков, из представленного на рис. 2 графика видно, что она была разнонаправленной. Так, Китай и США в соответствии с общемировой тенденцией демонстрируют спад продаж. При этом крупнейший в мире китайский рынок сократился за 2018–2019 годы более чем на 13%. И на него пришлось свыше половины от суммарного падения объемов продаж глобального рынка легковых автомобилей. Рынок стран ЕС, напротив, в рассматриваемый период демонстрировал пусть небольшой, но прирост продаж.

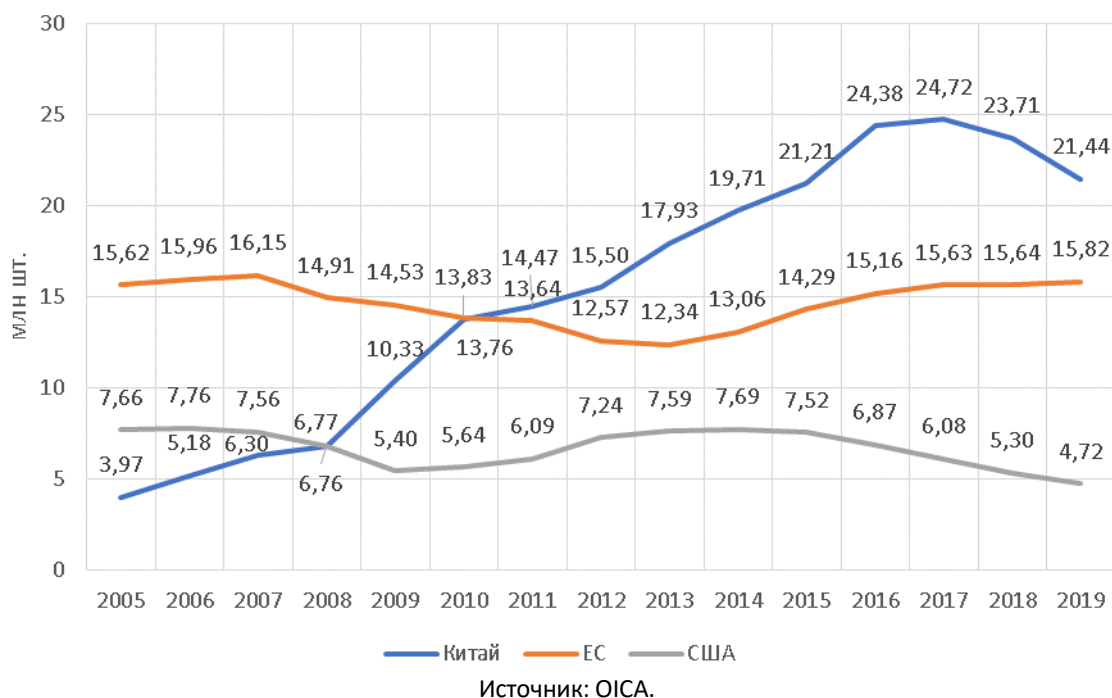


Рис. 3. Динамика продаж на основных региональных рынках легковых автомобилей, млн шт.

Сокращение объемов реализации легковых автомобилей в Китае эксперты напрямую связывают с наблюдающимся в этой стране ослаблением экономического роста. Такое мнение, в частности, было высказано Немецкой ассоциацией автомобильной промышленности (VDA)⁷. Освещая текущее состояние китайского рынка, портал carsalesbase.com отмечал, что снижение продаж по отношению к соответствующему периоду предыдущего года происходило на нем каждый отдельный месяц 2019 года. В том же материале говорилось, что на тот момент правительство Китая не планировало никаких мероприятий для поддержки внутреннего рынка, а скорее было настроено использовать складывающуюся ситуацию для реформирования и консолидации рынка в пользу крупных, связанных с государством компаний⁸.

Европейский рынок, как мы уже сказали, в 2019 году вырос. И это был шестой год подряд, когда суммарный объем продаж объединенного рынка ЕС показал положительную динамику. Однако эксперты обращают внимание, что достигнутый результат во многом был обеспечен аномальным приростом продаж в декабре 2019 года, когда, в соответствии с данными Европейской ассоциации автопроизводителей (ACEA), число регистраций новых легковых автомобилей в Евросоюзе выросло на 21,7% по сравнению с аналогичным периодом годичной давности⁹. Одной из причин такого существенного скачка продаж эксперты называют эффект низкой базы, связанный с относительно низким уровнем реализации, который показал европейский рынок в декабре 2018 года. Однако в качестве основного фактора указывается на произошедшие изменения в законодательстве Евросоюза, связанные с ужесточением норм выброса CO₂ в атмосферу. Об этой связи говорила, например, авторитетная, специализирующаяся на исследованиях автомобильного рынка, аналитическая компания JATO Dynamics¹⁰.

Что касается рынка США, можно сказать, что он находится в противофазе европейского рынка, продемонстрировав в 2019 году пятый год подряд сокращение объема сбыта новых легковых автомобилей. Некоторые эксперты не видят в этом причины для вывода о слабости рассматриваемого рынка, аргументируя свое мнение тем, что в США существует явная тенденция смещения потребительского спроса в сторону микроавтобусов и легких грузовиков (например, Ford T-серии), которые формально не относятся к легковым автомобилям¹¹. Но существуют и иные взгляды. К последним следует отнести мнение, высказанное главным экономистом американской аналитической компании Cox Automotive Джонатаном Смоуком, который заявил, что в 2019 году в экономике США сохранялась начавшаяся во второй половине 2018 года тенденция снижения темпов роста. При этом Смоук обращал внимание, что в рассматриваемый период значительно вырос объем не связанного с жильем потребительского долга. И к началу четвертого квартала

⁷ <https://www.vda.de/en/press/press-releases/20200116-european-passenger-car-market-shows-modest-growth-in-2019.html>

⁸ <https://carsalesbase.com/china-car-sales-analysis-2019-brands/>

⁹ <https://www.acea.be/press-releases/article/passenger-car-registrations-1.2-in-2019-21.7-in-december#:~:text=4.9%25%20%2B21.7%25-In%20December%202019%2C%20EU%20passenger%20car%20demand%20grew%20for%20the,by%208.4%25%20in%20December%202018.>

¹⁰ <https://www.jato.com/europe-outperforms-global-market-in-2019-posting-the-highest-registrations-of-the-last-twelve-years/>

¹¹ <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/us-auto-sales-decline-1-4-in-2019-car-sales-plummet-as-trucks-suvs-gain-56480367>

2019 года в стране явно обозначилась тенденция на снижение розничных расходов потребителей¹².

Идущая по пятам тройки лидеров Японии в 2019 году показала, согласно данным OICA, сокращение продаж в 2%. При этом спад мог быть и более существенным, однако поддержку спросу в этой стране оказало, как говорят эксперты, появление на рынке нескольких выпущенных местными производителями новых моделей автомобилей, сумевших вызвать повышенный интерес потребителей¹³. В соответствии с данными осуществившей в начале 2020 года масштабное исследование потребителей Японской ассоциации производителей автомобилей (JAMA), расходы на техническое обслуживание транспортных средств были названы одной из основных причин отказа от приобретения автомобиля в личную собственность возросшим по сравнению с предыдущим, проведенным в 2017 году, аналогичным опросом, числом респондентов. При этом, как отчиталась JAMA, опрос показал, что в целом в Японии уровень желания и готовности потребителей приобрести автомобиль в будущем остается низким¹⁴.

Из прочих, отличающихся значительным объемом внутреннего спроса на легковые автомобили стран, примечательной была динамика продаж в Индии, где рынок в 2019 году показал спад почти в 12,5%. Что стало для местного рынка самым большим спадом за 20 предшествовавших лет. В соответствии с мнением, озвученным Сообществом автомобильных производителей Индии (SIAM), такой результат стал следствием замедления в стране экономического роста, высокой стоимости автомобилей и ужесточением требований к заемщикам при выдаче кредита¹⁵.

Для Бразилии 2019 год стал, напротив, третьим годом подряд, когда рынок легковых автомобилей показал позитивную динамику. В соответствии с данными OICA, за год объем продаж в Бразилии вырос на 7,6%. По мнению экспертов, с одной стороны, росту спроса в стране способствует то, что экономика в Бразилии заметно восстановилась после разразившегося там в 2014 году кризиса. А с другой, увеличение продаж связано с ростом внутреннего выпуска автомобилей, ставшего следствием проводимой правительством этой страны политики на локализацию производства ведущих брендов¹⁶.

Что касается Южной Кореи, объем продаж в этой стране в 2016–2019 годах находился приблизительно на одном уровне, колеблясь год от года в пределах 1%. Если говорить конкретно по 2019 году, то в нем разнонаправленно действовали такие факторы, как замедление в стране экономического роста и ослабление экспорта, оказавшие негативное влияние на сбыт, а также вывод на внутренний рынок новых моделей Hyundai и Kia, напротив, поддержавших спрос на легковые автомобили¹⁷.

¹² <https://www.coxautoinc.com/market-insights/cox-automotive-commentary-2019-closes-out-with-records-broken-suvs-dominate-and-a-full-year-forecast-pointing-to-industry-sales-at-17-million/>

¹³ <https://www.japantimes.co.jp/news/2019/07/02/business/corporate-business/new-auto-sales-japan-slightly-january-june-year/#.Xyan79IzZGF>

¹⁴ <http://www.jama-english.jp/release/release/2020/200408-1.html>

¹⁵ <https://economictimes.indiatimes.com/industry/auto/auto-news/passenger-vehicle-sales-see-sharpest-drop-in-20-years-in-2019/articleshow/73186469.cms?from=mdr>

¹⁶ <http://www.southpartner.com/news>

¹⁷ https://www.just-auto.com/news/south-korean-sales-fall-25-in-november_id192433.aspx

На рубеже 2017–2018 годов на портале ResearchAndMarkets.com был размещен аналитический обзор о мировом рынке легковых автомобилей «Global Passenger Car Market – by Type, Region – Market Size, Demand Forecasts, Company Profiles, Industry Trends and Updates (2017–2023)»¹⁸, в котором глобальный рынок рассматриваемого вида техники был оценен по итогам 2017 года в объеме 1394 млрд долл.¹⁹. В соответствии с данными ITC Trade Map, объем общемирового экспорта в границах той же продуктовой группы составил в 2017 году 756 млрд долл. Таким образом, на долю трансграничной торговли пришлось 54% суммарной рыночной емкости.

Наиболее актуальные, доступные на момент подготовки данного обзора данные UN Comtrade об объемах мирового экспорта и импорта легковых автомобилей за 2018 год, учитываются в составе группы продукции, объединенной в рамках кода 781 Стандартной международной торговой классификации ООН (SITC), к которому относятся, как гласит описание, «Легковые автомобили и прочие моторные транспортные средства, изначально созданные для перевозки людей». И как следует из отчета UN Comtrade²⁰, крупнейшими с точки зрения объемов внешнеторгового оборота в рамках интересующей нас продуктовой группы макрорегионами мира, являются Северная Америка, Европа и Восточная Азия (см. рис. 4).

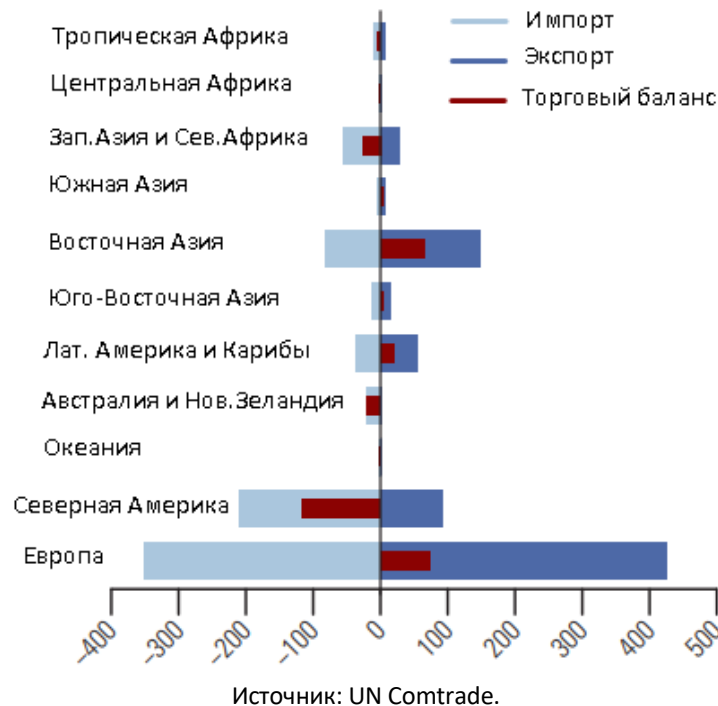


Рис. 4. Торговый баланс продукции станкостроения по коду SITC 781 за 2018 г. (в разрезе регионов мира), млрд долл.

Это полностью соответствует данным OICA о ключевых региональных рынках легковых автомобилей. При этом основные регионы-потребители отличаются большими объемами как импорта, так и экспорта машин.

¹⁸ https://www.researchandmarkets.com/research/m5h269/global_passenger?w=4

¹⁹ <https://www.businesswire.com/news/home/20181022005404/en/Global-Passenger-Car-Market-Reach-1.7-Billion>

²⁰ <https://comtrade.un.org/pb/downloads/2018/VolII2018.pdf>

Озвученную картину дополняют данные UN comtrade, иллюстрирующие объемы внешней торговли легковыми автомобилями в разрезе основных стран, отличающихся наиболее крупным импортом и экспортом рассматриваемой продукции (см. табл. 16 и 17).

Таблица 16. Объем импорта по коду SITC 781 по основным странам-импортерам, 2018 г.

Страна-импортер	Объем поставок, млрд долл.	Среднегодовой прирост за 2014-2018 гг., %	Изменение к 2017 г., %	Доля в глобальном импорте, %	
					Накопленным итогом
Всего	780.39	2.5	3.0	100.0	
в том числе:					
США	178.52	3.4	-0.6	22.9	22.9
Германия	62.06	7.5	5.3	8.0	30.8
Китай	49.61	-4.5	-0.7	6.4	37.2
Великобритания	44.24	-1.1	0.1	5.7	42.9
Бельгия	38.73	9.5	5.7	5.0	47.8
Франция	38.26	5.4	9.9	4.9	52.7
Италия	32.48	9.2	4.0	4.2	56.9

Источник: UN comtrade.

Как видно из таблицы 16, самым большим объемом импорта отличаются США и Китай, а также крупнейшая экономика Европы – Германия. Кроме перечисленных, в ТОП стран-импортеров по итогам 2019 года вошли Великобритания, Бельгия, Франция и Италия, находящиеся, как и Германия, в составе объединенного рынка ЕС. Данные UN comtrade за ряд предыдущих лет говорят о том, что представленная в таблице 16 картина в целом является довольно устойчивой. Таким образом, мы видим, что данные OICA о емкости отдельных региональных рынков легковых автомобилей близко коррелируют со структурой мирового импорта. В том смысле, что наиболее крупные локальные рынки одновременно являются и самыми значимыми импортерами автомобилей.

Таблица 17. Объем экспорта по коду SITC 781 по основным странам-экспортерам, 2018 г.

Страна-экспортер	Объем поставок, млрд долл.	Среднегодовой прирост за 2014-2018 гг., %	Изменение к 2017 г., %	Доля в глобальном экспорте, %	
					Накопленным итогом
Всего	776,16	2,4	3,4	100,0	
в том числе:					
Германия	154,73	-0,9	-1,7	19,9	19,9
Япония	991,28	2,9	6,2	12,8	32,7
США	514,14	-4,4	-4,0	6,6	39,3
Мексика	494,06	11,1	18,5	6,4	45,7
Великобритания	420,41	-0,2	0,1	5,4	51,1
Канада	409,81	-2,2	-11,9	5,3	56,4
Южная Корея	382,48	-3,9	-1,5	4,9	61,3

Источник: UN comtrade.

Если обратиться к экспорту, то он демонстрирует несколько иную картину. С одной стороны, в ТОП-3 стран-экспортеров входят Германия и США, которые одновременно занимают лидирующие строчки и в импорте рассматриваемого нами вида продукции. Это отражает тот факт, что упомянутые страны отличаются не только высоким уровнем платежеспособного спроса на автомобили, но и обладают развитым промышленным комплексом их производства. Китай же, несмотря на то, что обладает собственной автомобильной промышленностью, не вошел в список лидеров. Зато в этом списке присутствуют два других «азиатских тигра»: Япония и Южная Корея. Обращает на себя внимание и наличие в списке Мексики и Канады. По сути автопромы этих стран являются сателлитами автомобильной отрасли США²¹, ориентирующимися, прежде всего, на рынок этой страны, а не на свои внутренние рынки.

Возвращаясь к международной торговле легковыми автомобилями в целом, мы можем дополнить уже сделанное нами описание данными ITC Trade Map, которые, хоть и очень близки к той картине, которую дает UN Comtrade, однако учтены не на базе кодов SITC, а на базе международной гармонизированной системы таможенных кодов (Harmonized System Nomenclature, HSN²²). Интересующей нас группе продукции в ней отведен код 8703 «Автомобили легковые и прочие моторные транспортные средства, предназначенные главным образом для перевозки людей (кроме моторных транспортных средств товарной позиции 8702), включая грузопассажирские автомобили-фургоны и гоночные автомобили» (Motor cars and other motor vehicles principally designed for the transport of persons, incl. ...). К тому же на момент подготовки нашего материала ITC Trade Map предоставляла более актуальные данные об объемах импорта и экспорта легковых автомобилей за 2019 год (см. табл. 18).

Из этих данных мы видим, что, во-первых, справедлив наш вывод об устойчивости позиций отдельных стран в структуре импорта, а во-вторых, в 2019 году произошло сокращение совокупного мирового импорта легковых автомобилей на 1,6%. Хотя для представленных в таблице 18 ТОП-7 стран (за исключением Китая и Великобритании) был характерен как раз рост импортных поставок.

Таблица 18. Динамика импорта по коду HSN 8703 по основным странам-импортерам, млрд долл.

Страна-импортер	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	685,48	712,40	761,59	787,68	775,24
США	169,18	173,29	179,60	178,52	179,52
Германия	45,80	51,59	58,35	64,71	70,52
Китай	44,20	43,99	49,94	49,61	47,06
Великобритания	48,70	45,58	44,21	44,25	43,84
Бельгия	28,42	33,06	36,65	38,73	39,26
Франция	29,27	31,91	34,90	38,29	38,48
Италия	22,59	27,58	31,22	32,48	30,29

Источник: ITC Trade Map.

²¹ <https://rg.ru/2020/03/19/vedushchie-avtozavody-v-ssha-ostanavlivaiut-rabotu-iz-za-koronavirusa.html>

²² <https://www.tradefinanceglobal.com/freight-forwarding/what-is-an-hsn-code/>

В структуре ведущих стран-экспортеров безусловным лидером остается Германия. Однако, как мы видим из представленных в табл. 19 данных, суммарное количество поставленных из этой страны на внешние рынки автомобилей в 2018–2019 годах сокращалось. Занимающая второе место рейтинга Япония, напротив, увеличивала объем своего экспорта на всем протяжении 2015–2019 годов. Из прочих следует отметить Мексику, которая с 2015 по 2019 годы нарастила объем своего экспорта легковых автомобилей на 50%.

Таблица 19. Динамика экспорта по коду HSN 8703 по основным странам-экспортерам, млрд долл.

Страна-экспортер	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	680,67	705,12	751,98	779,71	759,62
Германия	152,94	152,23	157,00	155,04	142,27
Япония	86,05	91,99	93,37	99,12	98,04
США	55,39	53,84	53,56	51,41	56,16
Мексика	32,84	31,42	41,69	49,41	49,69
Канада	44,92	48,84	46,51	40,99	40,71
Южная Корея	41,75	37,50	38,83	38,25	40,46
Великобритания	38,95	40,79	42,00	42,04	38,57

Источник: ITC Trade Map.

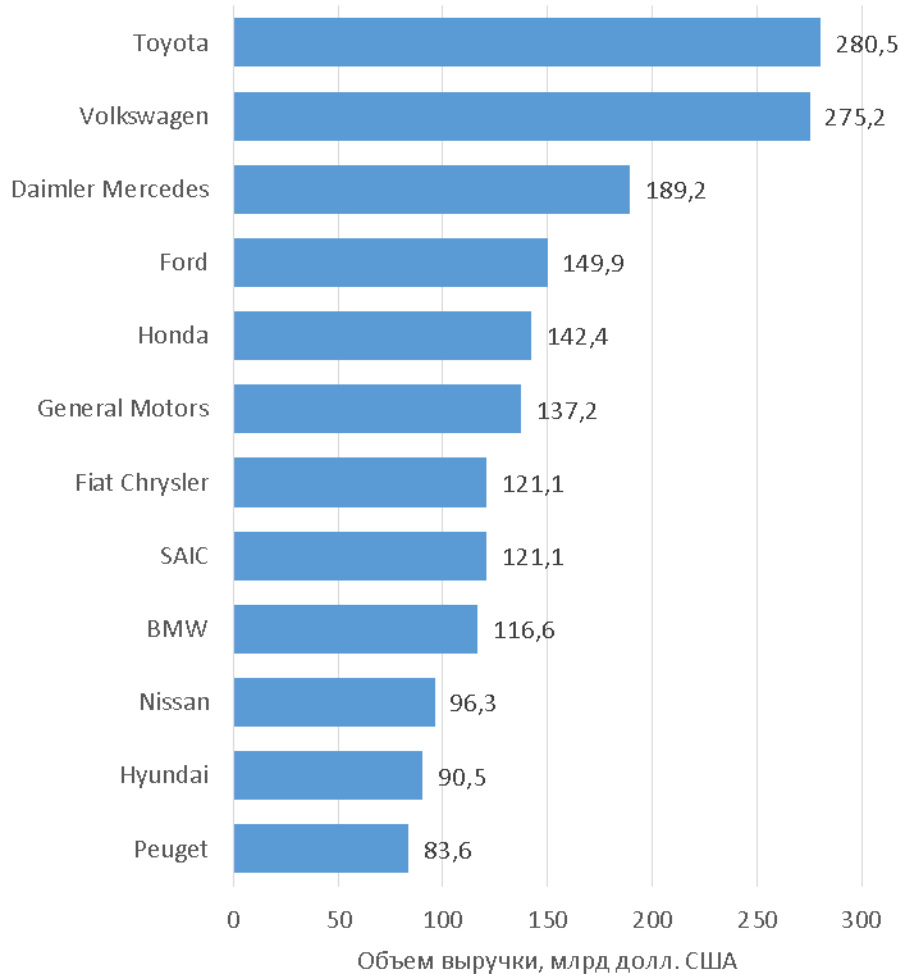
Переходя к описанию структуры мирового рынка легковых автомобилей в разрезе компаний-производителей, мы можем констатировать, что с 2016–2017 годов, когда мы готовили прошлый, посвященной этой же тематике обзор, ситуация практически не изменилась. И лидерами мирового автопрома остаются автоконцерны Volkswagen и Toyota. Как писало со ссылкой на портал Focus2Move сетевое издание Actualnews, в 2019 году лидером рейтинга из 10 самых успешных автопроизводителей в мире в очередной раз стал Volkswagen Group, сбывший за год 8,8 млн автомобилей*. Как следует из данных Focus2Move, с 2018 года объем сбыта концерна сократился на 2%. Занявшая второе место Toyota Group, напротив, продемонстрировала рост на 1,9%, достигнув результата в 8,5 млн ед. проданной техники. Замкнул тройку лидеров недавно объединившийся с Mitsubishi концерн Renault-Nissan – 8,1 млн ед. (-6,1%). Следующие две позиции заняли General Motors и Hyundai-Kia – 6,3 млн ед. (-11,2%) и 5,9 млн ед. (-2,9%), соответственно. Вторую пятерку возглавил Ford Group. За год продажи этого автопроизводителя упали на 8,2% и составили 4,3 млн ед. Концерн Honda Motor, чей объем продаж увеличился по сравнению с 2018 годом всего лишь на 0,1%, оказался на седьмом месте – 4,28 млн ед. Восьмая строчка досталась F.C.A. – 3,8 млн ед. (-4,3%). Последние две позиции аналитики отдали P.S.A. и Mercedes – 3,1 млн ед. (-7,8%) и 2,3 млн ед. (+4,7%)²³.

Аналогичный рейтинг, построенный на базе стоимостных показателей, а именно полученного автоконцернами в 2019 году объема выручки, показывает, что две первые строчки заняли те же Volkswagen и Toyota. Однако лидером в этом списке стала Toyota, которая, как писал портал

* В показатель включены продажи по всем маркам, в том числе Lamborghini, Bentley и Skoda.

²³ https://actualnews.org/exclusive/319439-nazvany-10-samyh-uspeshnyh-avtoproizvoditelej-v-mire-v-2019-godu.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

Statistica.com, в 2019 году заработала около 30 трлн йен, или 280,5 млрд долл. Второе место занял концерн Volkswagen с результатом в 275,2 млрд долл.²⁴ Важно отметить, что в 2017 году Toyota также опережала по рассматриваемому показателю Volkswagen, но в 2018 году уступила лидерство немецкому концерну²⁵.



Источник: Statistica.com

Рис. 5. Объем выручки, полученной крупнейшими мировыми автопроизводителями в 2019 г., млрд долл.

Из представленной на рис. 5 диаграммы мы можем также наглядно видеть дополнительное подтверждение роста значимости на мировом рынке «китайского фактора»: восьмое место в списке заняла представляющая Китай корпорация SAIC. Тем не менее на сегодняшний день достигнутый китайским игроком объем продаж обеспечивался преимущественно за счет

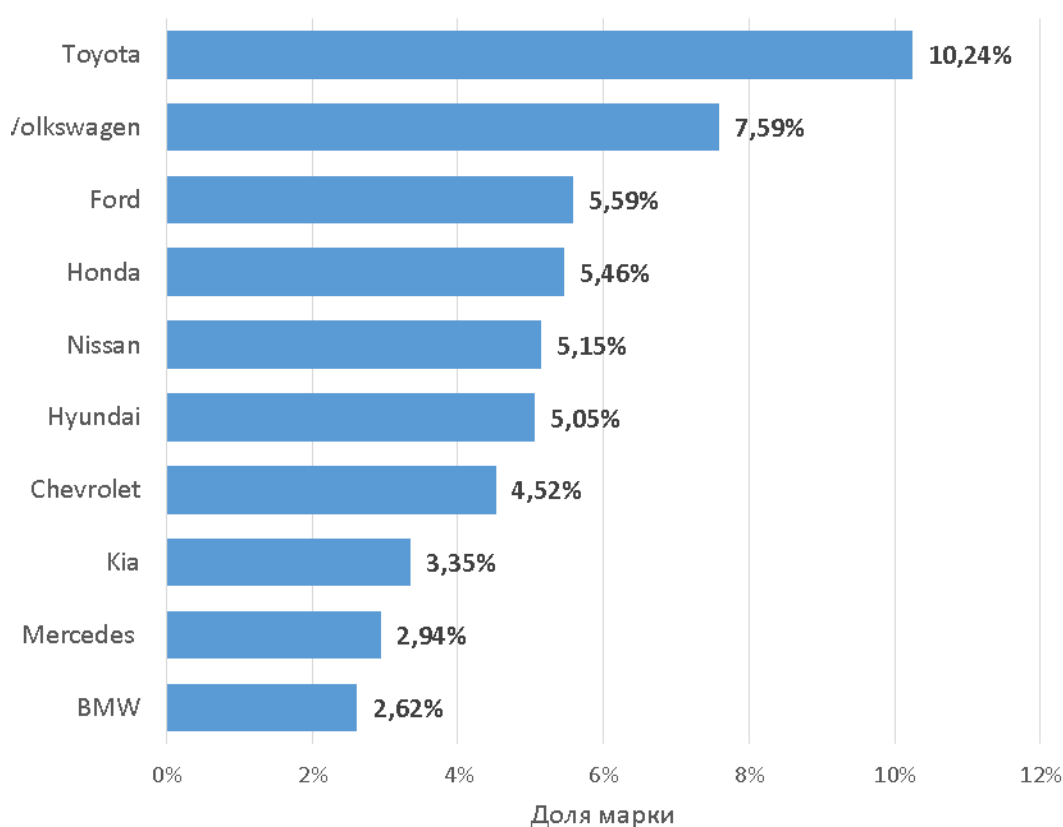
²⁴ <https://www.statista.com/statistics/232958/revenue-of-the-leading-car-manufacturers-worldwide/>

²⁵ <https://www.carlogos.org/reviews/largest-car-companies.html>

внутреннего рынка этой страны. И говорить о серьезной оппозиции Китая ведущим игрокам на мировом рынке автомобилей пока не приходится²⁶.

В целом же эксперты сходятся на том, что на сегодняшний день на рынке устойчиво доминируют компании из Европы, Японии, США и Южной Кореи²⁷.

Если рассматривать рынок более узко – в его марочной структуре, то два первых места в рейтинге в нем также занимают Volkswagen и Toyota. Как следует из опубликованного порталом Statistica.com материала, в 2019 году принадлежащий японской Toyota Motor Corporation бренд Toyota занял немногим более 10% мирового рынка автомобилей. Следующий за ним Volkswagen показал результат в 7,6%. Доли еще четырех марок – Ford, Honda, Nissan и Hyundai – превысили 5%²⁸. В итоге около 40% рынка заняли всего лишь шесть перечисленных ведущих мировых брендов.



Источник: Statistica.com

Рис. 6. Доля основных марок автомобилей на мировом рынке по итогам 2019 г., в %

²⁶ https://www.saicmotor.com/english/images/investor_relations/annual_report/2019/7/10/FCA72DB2F082468293A9E76A81E5DFE2.pdf

²⁷ <https://www.carlogos.org/reviews/largest-car-companies.html>

²⁸ <https://www.statista.com/statistics/316786/global-market-share-of-the-leading-automakers/>

Что касается модельного ряда, по итогам 2019 года лидером была названа Toyota Corolla, с более 1,2 млн проданных автомобилей. Второе место занял Ford F-Series с результатом в 1,07 млн ед. реализованной техники. Обе названные модели лидировали и в 2018 году²⁹.

Таблица 20. Динамика импорта по коду HSN 8703 по основным странам-импортерам, млрд долл.

Номер рейтинга		Модель	Продажи, 2019	Отношение 2019/2018, %
2019	2018			
1	1	Toyota Corolla	1236 545	4,1
2	2	Ford F-Series	1070 234	-1,1
3	3	Toyota RAV4	931 851	11,7
4	4	Honda Civic	821 376	-0,3
5	7	Honda CR-V	818 980	12,0
6	5	Volkswagen Tiguan	741 291	-7,6
7	11	Ram pick-up	731 895	17,4
8	9	Toyota Camry	690 737	3,1
9	6	Volkswagen Golf	687 621	-12,9
10	10	Chevrolet Silverado	644 013	-1,5

Источник: Автостат.

Как писало, комментируя результаты 2019 года, аналитическое агентство «Автостат»³⁰, в настоящее время продается уже двенадцатое поколение* Toyota Corolla, которая появилась на рынке в 1966 году. Сейчас эта модель близка к рекорду в 50 млн ед. проданных в мире автомобилей, за все время нахождения ее на рынке. В соответствии с данными Автостата, в настоящее время Corolla – единственная модель, фактически производимая на всех пяти континентах. Производственные мощности по выпуску этой модели расположены в Бразилии, Канаде, Китае, Индии, Пакистане, ЮАР, США, Тайване, Таиланде, Вьетнаме, Турции и Венесуэле.

В своем анализе Автостат опирался на данные уже упомянутого нами выше авторитетного международного аналитического проекта Focus2Move, который отслеживает мировые продажи автомобилей с 2010 года. И всегда на вершине рейтинга этого ресурса была Toyota Corolla с долей глобального рынка от 1,3% (2017 и 2018 годы) до 1,5%. В 2019 году эта доля составила 1,4%.

На втором месте, как мы уже сказали, оказался самый продаваемый пикап в истории Ford F-Series – лидер продаж в Северной Америке в течение 45 лет и второй в мировом рейтинге с 2016 года. Пикап подтвердил свое место в рейтинге и в 2019 году, продемонстрировав ощутимый отрыв от ближайших конкурентов.

Замкнул тройку лидеров внедорожник Toyota RAV4, который повторил результат, показанный в 2018 году. Как комментировал Автостат, эта, появившаяся 21 год назад модель сейчас находится в лучшем положении, чем когда-либо, поднявшись с 2010 года в рейтинге на 14 позиций.

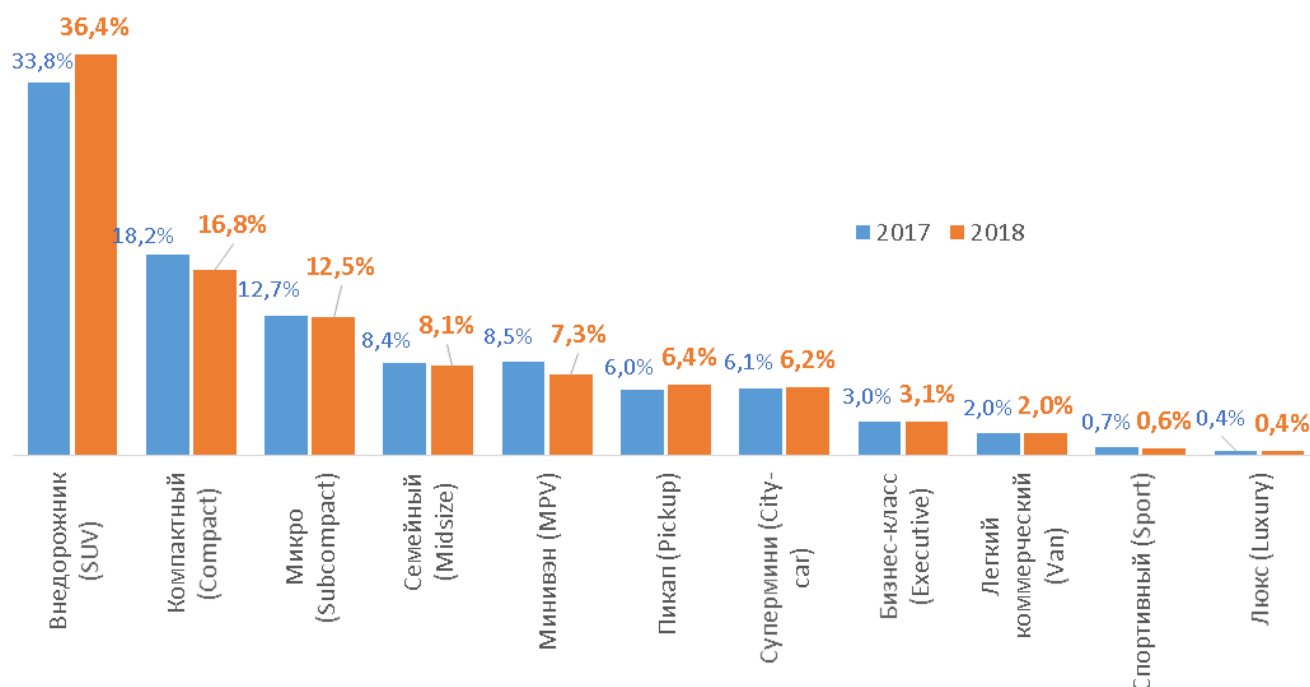
²⁹ <https://www.autostat.ru/news/35522/>

³⁰ <https://www.autostat.ru/analytics/42532/>

* Появилась на рынке в 2018 году.

Что касается последнего, нужно сказать, что внедорожники в настоящее время являются лидирующим по объему продаж сегментом рынка. Еще в начале 2019 года отечественное издание «Авторевю» писало со ссылкой на данные английского аналитического агентства JATO Dynamics о том, что на мировом рынке легковых автомобилей сохраняется тенденция роста доли кроссоверов (внедорожников).

Как следовало из цифр JATO, В 2018 году на автомобили класса SUV пришлось 36,4% мирового спроса, по сравнению с 33,8% годом ранее.



Источник: «Авторевю».

Рис. 7. Структура мирового рынка легковых автомобилей по сегментам

В опубликованном «Авторевю» материале говорилось, что в 2019 году было продано 29,8 млн внедорожников. Из них 6,6 млн машин пришлось на маленькие кроссоверы, 12,3 млн – на компактные, 7,2 млн – на среднеразмерные и 3,7 млн – на крупные кроссоверы и внедорожники³¹.

Прирост доли внедорожников и родственного им сегмента пикапов происходит преимущественно за счет компактного класса и минивэнов. При этом аналитики фиксировали, что происходит расширение географии продаж пикапов, основной спрос на которые изначально был преимущественно в США. Так, «Авторевю» писало, что в 2018 году основной рост сегменту обеспечили не США, а Таиланд и Бразилия.

Описываемая тенденция сохранилась и в 2019 году. Так, например, данные JATO Dynamics говорят о том, что в рассматриваемый период, при общем росте продаж автомобилей в Европе на 1,4%,

³¹ <https://autoreview.ru/news/statistika-2018-mirovoy-reyting-populyarnosti>

объем реализации внедорожников и кроссоверов вырос на 13%³². Лишним подтверждением продолжившегося усиления позиций кроссоверов служит и табл. 20, в которой мы видим, что в ТОП-10 самых продаваемых легковых автомобилей мира рос рейтинг позиций, относящихся к рассматриваемому сегменту.

Нужно сказать, что все более значимым фактором мирового рынка становится рост продаж электромобилей и автомобилей с гибридным двигателем. В соответствии с данными портала Statistica.com, с 2015 по 2019 годы в мире продажи электромобилей с заряжаемым от внешнего источника аккумулятором (plug-in EV) выросли почти в 4 раза³³.

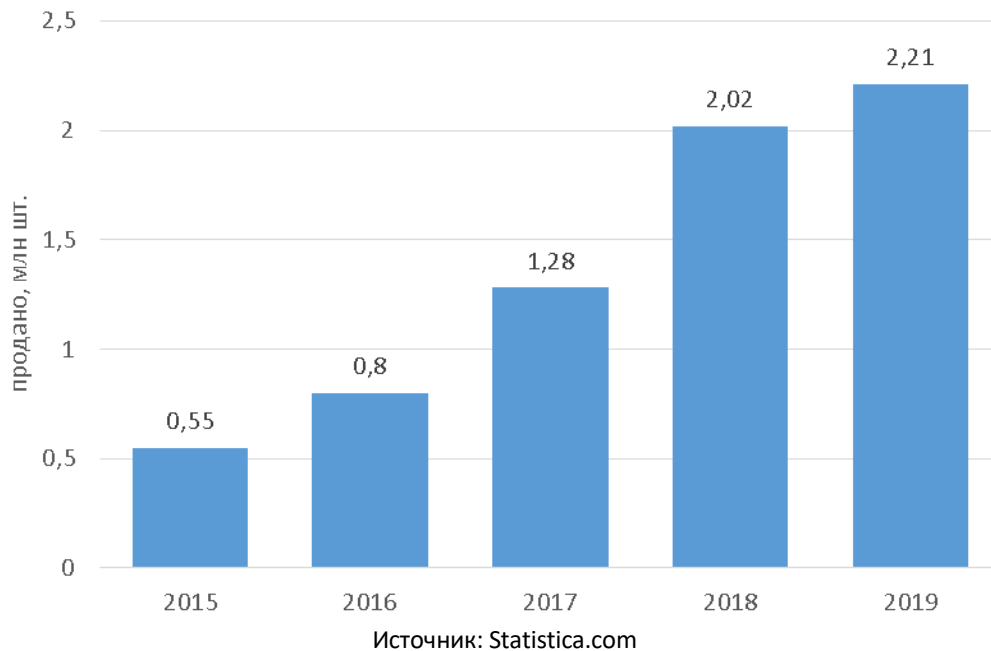


Рис. 8. Динамика продаж оснащенных электродвигателем легковых автомобилей в мире, млн шт.

По информации компании McKinsey, в 2019 году в мире было реализовано около 2,3 млн автомобилей, оснащенных электродвигателем³⁴. По сравнению с 2018 годом их продажи выросли на 9%.

Как пишет McKinsey, основной объем продаж электромобилей сосредоточен всего лишь на трех региональных рынках: Китае, США и объединенном рынке стран ЕС. И в 2019 году именно европейский рынок обеспечил основной прирост этого сегмента.

Европейская ассоциация производителей автомобилей (ACEA) в июне 2020 года опубликовала материал³⁵, в котором рассмотрела структуру европейского рынка автомобилей в разрезе

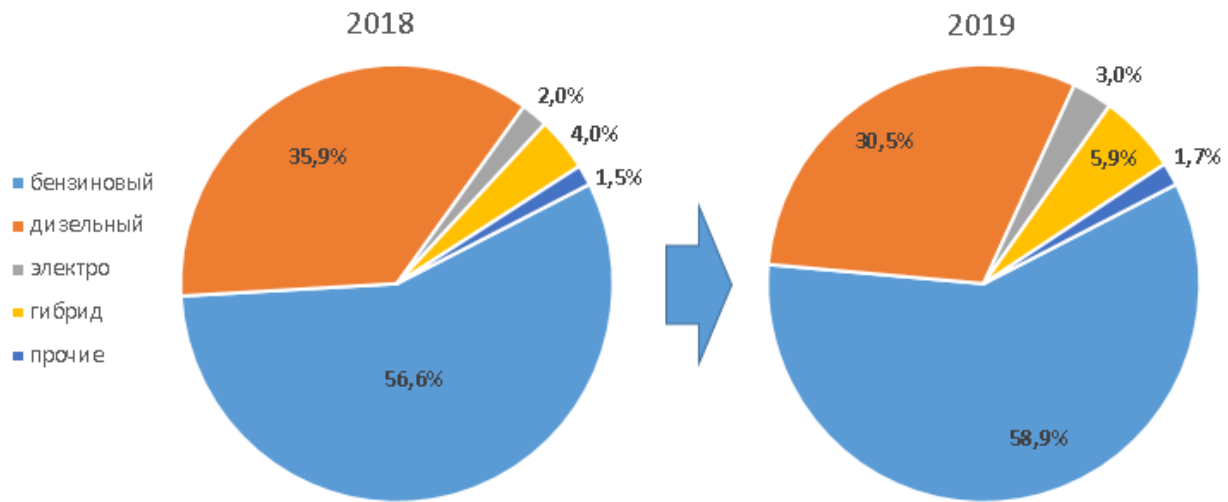
³² <https://europe.autonews.com/sales-segment/suvs-crossovers-continue-grow-market-share-europe-anes-segment-segment-analysis-shows>

³³ <https://www.statista.com/statistics/665774/global-sales-of-plug-in-light-vehicles/>

³⁴ <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/mckinsey-electric-vehicle-index-europe-cushions-a-global-plunge-in-ev-sales#>

³⁵ <https://www.acea.be/press-releases/article/fuel-types-of-new-cars-petrol-11.9-diesel-3.7-electric-81.3-in-fourth-quart>

потребляемых ими видов топлива (см. рис.9). По информации ACEA, доля электромобилей на европейском рынке выросла с 2% в 2018 году до 3% по итогам 2019 года. Одновременно увеличилась и доля автомобилей с гибридным двигателем: с 4 до 5,9% при том же временном базисе сопоставления. Выросла и доля машин, работающих на прочих «альтернативных» видах топлива. К этому сегменту ACEA относит технику, в качестве топлива которой служит этанол (E85), сжиженный нефтяной газ (LPG) и природный газ (NGV). Как следует из отчета ассоциации, совокупная доля этой группы выросла с 1,5% в 2018 году до 1,7% в 2019 году. Наиболее массовый сегмент автомобилей с бензиновым двигателем увеличился в структуре европейского рынка в рассматриваемый период с 56,6 до 58,8%. А вот доля работающих на дизельном топливе автомобилей, напротив, сократилась с 35,9 до 30,5%.



Источник: ACEA.

Рис. 9. Изменение структуры рынка легковых автомобилей в ЕС по типу потребляемого ими вида топлива в 2018–2019 гг., в %

В другом материале ACEA анализировала структуру потребления электромобилей по странам-членам ЕС³⁶. Ассоциация указывала на то, что, по состоянию на середину 2019 года, реально продажи электромобилей росли лишь в тех странах Евросоюза, где ВВП на душу населения превышал 29 тыс. евро в год. Из представленных ACEA данных следовало, что все страны с долей электромобилей на рынке менее чем 1% – то есть половина всех стран-членов ЕС – имеет ВВП на душу населения ниже указанной выше суммы. Так обстоит дело в нескольких южных странах, таких как Испания, Италия и Греция, а также в странах Центральной и Восточной Европы, таких как Литва, Польша, Болгария и Словакия. Так, например, в последней из упомянутых стран электромобили занимали в 2018 году лишь 0,3% от суммарного объема продаж.

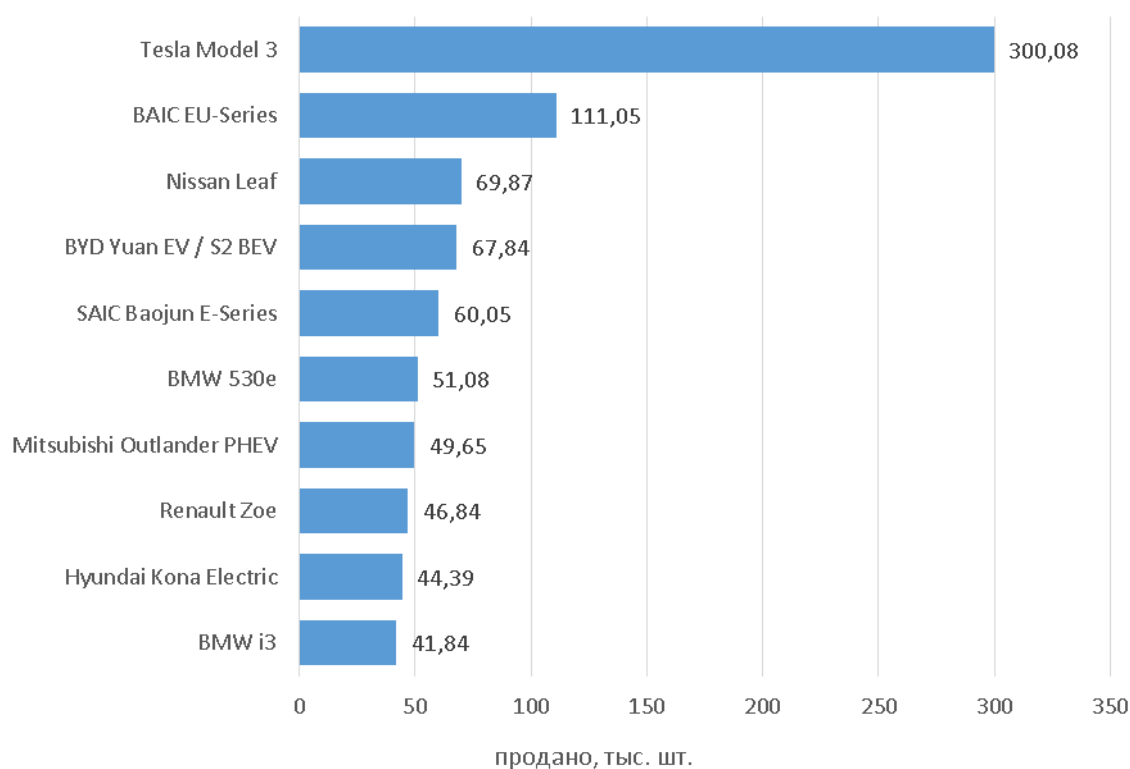
Переходя к анализу марочно-модельной структуры рынка электромобилей, нужно сразу сказать, что безусловным лидером сегмента уже продолжительный период остается Tesla. По итогам 2019 года первое место рейтинга продаж в мире заняла Tesla Model 3, которая практически в 3 раза опередила своего ближайшего конкурента – автомобиль китайского производства BAIC EU-Series.

³⁶ <https://www.acea.be/press-releases/article/electric-car-sales-not-taking-off-in-lower-income-eu-countries-new-data-sh>

Помимо названных, в ТОП-5 списка оказались Nissan Leaf, очень популярный в Китае BYD Yuan и еще один автомобиль китайского производства – SAIC Baojun E-series.

На сегодняшний день электромобили выпускаются практически всеми основными игроками автомобильного рынка. В качестве примера можно назвать такие модели, как BMW 530E/Le, Mitsubishi Outlander PHEV, Renault Zoe, Hyundai Kona EV и другие.

Сегмент динамично развивается. Так, только во второй половине 2019 года на рынок было выведено более 30 новых и обновленных моделей электрокаров и гибридов³⁷.



Источник: Statista.com

Рис. 10. ТОП-10 по количеству продаж в 2019 г. моделей электромобилей, тыс. шт.

Помимо описанной выше тенденции широкого распространения электромобилей, гибридов и машин, оснащенных двигателями, работающими на альтернативных бензину и дизельному топливу видах горючего, на мировом рынке существует еще несколько уже сложившихся трендов, которые уже сейчас начинают оказывать серьезное влияние на его конфигурацию. Хороший материал на эту тему в 2018 году опубликовала компания PwC. Он был озаглавлен «Пять трендов, изменяющих автомобильную индустрию» (Five trends transforming the Automotive Industry). В качестве основной концепции там был выдвинут тезис о пяти ключевых тенденциях, которые будут определять развитие мирового автопрома уже в самом ближайшем будущем³⁸. В версии PwC, помимо уже названного нами расширения использования электротяги, основными

³⁷ <http://www.e-vesti.ru/ru/po-itogam-polugodiya-mirovye-prodazhi-elektromobilej-upali/>

³⁸ https://www.pwc.at/de/publikationen/branchen-und-wirtschaftsstudien/easycy-five-trends-transforming-the-automotive-industry_2018.pdf

трендами будут следующие: развитие технологии автономного движения автомобилей, качественный и количественный рост схемы совместного использования автомобиля (каршеринг), постоянный независимый обмен информацией автомобиля с разными внешними объектами (включая другие машины), а также постоянное и быстрое технологическое развитие, которое будет характерно как для используемого в машине программного обеспечения, так и непосредственно для его физической конструкции.

В нашем предыдущем, посвященном той же тематике обзоре мы уже писали, что господствующие сегодня тенденции существуют на рынке не первый год. Вкратце отметим, что текущие тренды ранее уже были сведены нами к следующим пунктам:

- изменения в потребительском поведении;
- расширение нормативных требований к автомобилю в части экологичности, безопасности и экономии топлива;
- рост использования технологий цифрового обмена данными.

При этом под изменением в потребительском поведении понимается смещение внимания от моды и статуса к функциональности автомобиля³⁹.

Принципиально то, что ничего из сказанного тогда не утратило своей актуальности и сегодня. Пожалуй, дополнительную значимость приобрел фактор, связанный с потребительским поведением.

В частности, в апреле 2019 года издание Bloomberg писало, что автоконцерны столкнулись с серьезной угрозой: молодежь не желает покупать постоянно дорожающие машины, отдавая предпочтение сервисам заказа такси, каршерингу и прокату электросамокатов⁴⁰.

Что касается развития технологий и рынка, фактор активного внедрения на рынок альтернативных автомобилю электрических средств передвижения уже оказывает серьезное влияние на рынок там, где климат и развитие городской дорожной инфраструктуры позволяют использовать в значительном числе случаев электросамокат в качестве более удобной и экономичной альтернативы автомобилю.

В конце посвященной мировому рынку главы скажем, что в еще незавершенном на момент подготовки нашего обзора 2020 году самое серьезное влияние на рынок оказал «несистемный» фактор охватившей мир пандемии коронавируса. Более детально и развернуто мы опишем его влияние в разделах, посвященных внутреннему российскому рынку.

Что касается мирового рынка в целом, то он не был охвачен пандемией одномоментно. Отдельные его территориальные сегменты испытывали связанный с волной распространения заболевания спад в разные периоды времени. Так, в соответствии с той информацией, которую представила в своем отчете «Automotive demand post COVID-19» компания Boston Consulting Group (BCG), в Китае пик падения рынка легковых автомобилей пришелся на февраль 2020 года, когда рынок потерял 82% к аналогичному периоду годом ранее. На рынке Евросоюза максимум снижения продаж был показан в апреле 2020 года: объединенный рынок ЕС упал на 80% по отношению к апрелю 2019 года. Третий из крупнейших мировых рынков легковых автомобилей –

³⁹ Подробнее об этом – в предыдущих отчетах. https://dcenter.hse.ru/godovye_obzory_po_otraslyam_i_rynkam

⁴⁰ <https://www.bloombergquint.com/bq-blue-exclusive/gen-z-can-t-afford-the-suvs-detroit-is-making>

рынок США – самое большое сокращение продаж также показал в апреле (-54% к аналогичному периоду годом ранее).

Как писала компания Deloitte, пандемия COVID-19 сразу и очень серьезно воздействовала на мировую автомобильную промышленность. И поскольку глобальный автопром давно и глубоко интегрирован, начавшиеся перебои в экспорте китайских запчастей вызвали такие же перебои в производстве по всей Европе. Параллельно происходило закрытие сборочных предприятий в США. По мнению Deloitte, это только усилило давление на отрасль, и так страдающую от падения глобального спроса, и вероятно, приведет к увеличению активности, связанной со слияниями и поглощениями в мировом автопроме⁴¹.

Позже, когда связанные пандемией ограничения были сняты в большинстве стран, а их рынки сумели «отыграть» часть связанных с пандемией потерь, эксперты чаще всего сходились во мнении, что в целом мировой рынок легковых автомобилей потеряет в объеме продаж по итогам 2020 года 15–20%. В частности, о предполагаемом сокращении рынка на 20% писал со ссылкой на аналитику компании S&P Global Ratings портал Business Standard⁴². А размещенный на портале Statistica.com в октябре 2020 года прогноз мирового рынка легковых автомобилей на 2020–2021 годы предусматривал снижение по итогам 2020 года в 17%⁴³.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ:

К 2020 году мировой рынок новых легковых автомобилей пришел, имея за спиной два года подряд снижения продаж. Наиболее массовыми и определяющими для рынка являются всего три его локальных сегмента: Китай, ЕС и США. Как следует из представленной в данной главе общемировой статистики, происходивший в последние годы спад продаж во многом стал следствием их снижения в Китае.

Что касается производства, лидерами здесь уже давно являются Германия и Япония, которые не только отличаются большим объемом выпуска легковых автомобилей, но и активно экспортируют их по всему миру. В этом смысле от них отличается Китай, автопром которого хоть и демонстрирует впечатляющие объемы выпуска, но ориентирован преимущественно на внутренний спрос и не может пока составить конкуренцию ведущим странам-экспортерам.

Соответственно, и крупнейшие в мире автопроизводители – Volkswagen и Toyota – имеют свои штаб-квартиры в Германии и Японии, и уже продолжительный период времени удерживают свое лидерство на мировом рынке.

В мировом автопроме быстрыми темпами идет инновационное развитие, наиболее ярким проявлением которого стал рост доли в глобальных продажах электромобилей и гибридов. Помимо этого, в отрасли наблюдается все более широкое использование цифровых технологий, которые, в перспективе, должны будут полностью изменить нынешнюю конфигурацию рынка, обеспечив, в частности, переход на автономно движущиеся автомобили.

В 2020 году, в силу случившейся в мире пандемии, рынок существенно потерял в объеме продаж. Однако в целом можно сказать, что складывавшиеся на нем до того тенденции в полной мере сохраняют свою актуальность.

⁴¹ <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/covid-19/understanding-covid-19-s-impact-on-the-automotive-sector.html>

⁴² https://www.business-standard.com/article/automobile/global-auto-sales-forecast-to-fall-by-20-pc-this-year-s-p-120091800457_1.html

⁴³ <https://www.statista.com/statistics/267128/outlook-on-worldwide-passenger-car-sales/>

3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ И ОТРАСЛИ ИХ ПРОИЗВОДСТВА

Подробное описание государственной политики, ключевых решений и мер, осуществленных до 2017 года и сформировавших институциональные условия, в которых российский рынок легковых автомобилей и отрасль их производства существуют сегодня, мы подробно рассмотрели в двух предыдущих, посвященных аналогичной тематике обзорах⁴⁴. Здесь же мы лишь повторим сделанный ранее ключевой вывод, что основы современной конфигурации российского рынка легковых автомобилей были заложены в 2005 году, когда российское правительство приняло решение о развитии внутреннего производства автомобилей за счет привлечения крупнейших мировых автоконцернов к открытию собственных сборочных производств в России.

Позже, в 2010 году правительством была утверждена подготовленная Минпромторгом РФ Стратегия развития автомобильной промышленности на период до 2020 года. В соответствии с этим документом, российской отрасли производства легковых автомобилей ставились задачи повышения доли создаваемой ею добавленной стоимости, увеличения в общем объеме потребления на внутреннем рынке доли продукции российского производства, а также наращивания экспорта. Однако сначала, в августе 2012 года, состоялось вступление России во Всемирную торговую организацию (ВТО), одним из последствий которого стало обязательство поэтапного снижения ставок таможенных пошлин на ввоз как новых, так и подержанных легковых автомобилей. А это как минимум означало снижение конкурентоспособности на внутреннем российском рынке произведенных здесь же автомобилей. Затем, на рубеже 2014–2015 годов, те условия, в которых до того находились российская отрасль и рынок легковых автомобилей, изменились еще более радикально. В частности, в рассматриваемый период произошла девальвация рубля, что стало дополнительным фактором сокращения спроса на автомобили со стороны внутреннего рынка. Все перечисленное способствовало тому, что государство оказывалось все более вовлеченным в проблемы отрасли, количественно и качественно расширяя применяемые в отношении автопрома меры поддержки.

Постоянный рост направленных в помощь отрасли финансовых вливаний, в сочетании с тем фактом, что их эффективность была явно недостаточной, привели к тому, что государство осознало необходимость переосмысления своей политики в рассматриваемой нами сфере. В итоге, уже в 2016 году, Президентом РФ В.В. Путиным была поставлена задача разработки нового варианта стратегии развития автопрома⁴⁵.

Ближе к середине 2017 года Минпромторгом на публичное обсуждение был представлен проект новой стратегии развития отрасли. В этом документе для российского автопрома были установлены ориентиры достичь к 2025 году объема производства легковых автомобилей в 2,1 млн ед. техники, увеличив его в 1,9 раза к имевшемуся на тот момент уровню, при емкости внутреннего рынка в 2,2 млн шт. (рост в 1,7 раза). Для сравнения, в 2012 году в России было продано более 2,7 млн шт. легковых автомобилей. А объем производства составил лишь

⁴⁴ https://dcenter.hse.ru/godovye_obzory_po_otraslyam_i_rynkam

⁴⁵ <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/51179>

немногим менее 2 млн ед. техники. Таким образом, представленный вариант Стратегии предполагал, что российский рынок даже к 2025 году должен будет существенно отставать от своего докризисного уровня. Акцент в новом документе при этом делался на активную переориентацию потребителя на автомобили внутреннего производства.

Ежегодную поддержку отрасли государством предлагалось осуществлять до 2025 года, сохранив ее на уровне 2016 года – в размере 65 млрд руб. При этом не исключалось, что субсидирование спроса по тем или иным причинам может прекратиться, а к 2020 году поддержка сконцентрируется на проектах, связанных с электромобилями, беспилотными машинами и развитием необходимой для их эксплуатации инфраструктуры.

Отдельно в новой Стратегии был выделен вопрос рисков, которые могут помешать ее реализации. Среди них были названы: нехватка компетенций и денег для развития НИОКР, экспорта, производства автокомпонентов. Говорилось и о сохранявшемся на тот момент риске сворачивания производства предприятиями, работающими в России на условиях промышленной сборки.

Подводя итоги осуществляемой государством в отношении российского автопрома политики, в том ее состоянии, в котором она находилась на середину 2017 года, мы констатировали, что, с точки зрения эффективности мер государственной поддержки в отношении рассматриваемых отрасли и рынка, все более значимым отрицательным фактором становится низкая мобильность государственного бюрократического аппарата. И отдельными иллюстрациями этого служили факты многократного переноса даты доклада по проекту новой Стратегии развития автопрома в 2016 году, а также затянувшийся процесс формулировки и утверждения адресных программ поддержки продаж автомобилей.

Очевидно, что в кризисных условиях, в которых к тому времени находился российский рынок, эта особенность работы российских государственных институтов должна была восприниматься производителями в качестве дополнительной неопределенности, снижая их инвестиционную и производственную активность.

Уже в конце декабря 2017 года информационная группа «Интерфакс» на ту же тему писала, что «новая стратегия развития отрасли до 2025 года в 2017 году так и не была подписана – при том, что президент Владимир Путин поручал премьеру Дмитрию Медведеву разработать и утвердить документ до 1 марта 2016 года»⁴⁶. Одновременно «Интерфакс» делал акцент на «субсидиарной зависимости», в которую на момент публикации материала попали рассматриваемые отрасль и рынок. В частности, информгруппа приводила данные Минпромторга, что «всего благодаря реализации программ стимулирования спроса с 1 января по 20 августа 2017 года было продано 504 тыс. 808 автомобилей, то есть фактически каждый второй автомобиль продается с помощью инструментов поддержки». При этом «Интерфакс» указывал, что в октябре 2015 года при помощи господдержки в РФ был продан лишь каждый третий реализованный автомобиль.

Закономерно, что в этих условиях регулятором предпринимались попытки оптимизировать применяемые в отношении отрасли механизмы поддержки. Так, например, в ноябре 2017 года Минпромторг опубликовал проект изменений в программы льготного автокредитования на

⁴⁶ <https://www.interfax.ru/business/593707>

следующий год. Во-первых, там было сказано, что в 2018 году предусматривалось предоставление скидки на уплату первоначального взноса по кредиту в размере 10% от стоимости приобретаемого автомобиля в рамках реализации социальных программ «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль». Во-вторых, говорилось, что в условия программ в 2018 году по сравнению с 2017 годом вносятся следующие изменения:

- предельная стоимость автомобиля, реализуемого по программе, увеличена с 1,45 до 1,5 млн руб.;
- скидка на кредитную ставку в программе 2018 года не предусмотрена «в связи со снижением ставок по автокредитам до значений начала 2014 года» (ранее предусматривалась скидка в 10%);
- максимальная ставка кредитного договора, подпадающего под условия льготного автокредитования, определена на уровне 17% (ранее – 11,3%).

Всего, по словам главы Минпромторга Дениса Мантурова, на поддержку спроса на автотехнику в 2018 году было предусмотрено выделение 24 млрд руб. Дополнительно, при необходимости, планировалось получить еще 9,5 млрд руб., источником которых должен был стать Резервный фонд Правительства РФ. Это не говоря о том, что, помимо поддержки спроса, для российского автопрома в 2018 году было предусмотрено выделение еще 100 млрд руб. промышленных субсидий⁴⁷. Тем не менее спрос на легковые автомобили на внутреннем рынке в России на тот момент явно оставался недостаточным.

В феврале 2018 года на тот момент главой Правительства РФ Дмитрием Медведевым было проведено совещание о проекте Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2025 года⁴⁸. На этом мероприятии премьер-министр говорил, в частности, о том, что «основное преимущество получили производители, которые локализовали выпуск машин в России». Со слов Медведева, доля собранных в России автомобилей в общем объеме продаж техники на тот момент систематически росла. И в среднем по отрасли она уже достигла уровня около 86%.

Постулируя необходимость развития экспортного канала сбыта, премьер в то же время заявлял, что «для развития такой страны, как Россия, нужен доступный по цене и хороший по качеству транспорт, адаптированный под наши дороги, под наши климатические условия». Одновременно им делался вывод, что «это возможно только при расширении внутреннего производства и повышении его локализации».

Затем, в апреле 2018 года, когда правительство наконец утвердило Стратегию развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года⁴⁹, основной целью этого документа было названо «создание регулирующих, инвестиционных, инфраструктурных и технологических условий для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке российской автомобильной промышленности и производства компонентов»⁵⁰.

⁴⁷ <https://www.interfax.ru/business/593707>

⁴⁸ <http://government.ru/news/31504/>

⁴⁹ Распоряжение Правительства РФ от 28 апреля 2018 года № 831-п.

⁵⁰ <http://government.ru/docs/32547/>

При этом вновь принятый документ был синхронизирован с утвержденной правительством ранее Стратегией развития экспорта продукции автомобильной промышленности на период до 2025 года⁵¹ и условиями присоединения России к международным торговым партнерствам. Иными словами, наглядно видно смещение приоритета интересов регулятора в сторону развития внешнеторгового канала сбыта продукции российского автопрома.

Помимо роста экспорта автомобильной техники и ее компонентов, принятой стратегией для отрасли были обозначены следующие цели:

- удовлетворение российскими производителями 80–90% внутреннего спроса на современную автомобильную технику;
- наращивание технологических компетенций национальных производителей автомобильной техники и комплектующих за счет углубления локализации производимых автомобилей до 70–85%;
- выведение на рынок продуктов с принципиально новыми свойствами в области электродвижения, автономного вождения, подключенного автотранспорта, газомоторной техники, стимулирование спроса на такую технику, организация послепродажного обслуживания и создание необходимой инженерной и транспортной инфраструктуры.

В качестве одного из ключевых механизмов наращивания производственного и научного потенциала в рассматриваемом документе было названо создание технологических консорциумов, которые будут консолидировать усилия государства, автопроизводителей, информационно-телекоммуникационных компаний, научных, инжиниринговых и общественных организаций в целях освоения новых технологий и выведения на рынок продукции с новыми свойствами.

Как мы уже сказали, основным базовым сценарием принятой стратегии развития для отрасли были установлены ориентиры достичь к 2025 году объема производства легковых автомобилей в 2,1 млн ед. техники, при емкости внутреннего рынка в 2,2 млн шт. Таким образом, при допущении, что российский рынок даже к 2025 году будет существенно отставать от своего докризисного уровня, новый документ сфокусирован на активной переориентации потребителя на автомобили внутреннего производства.

При этом важно отметить, что оценка финансового состояния российской автомобильной отрасли в наибольшей степени подвержена влиянию неблагоприятных макроэкономических факторов. Складывавшаяся в последнее время негативная внешнеэкономическая и внешнеполитическая конъюнктура, существенное снижение темпов роста внутренней экономики, а также волатильность национальной валюты совокупно привели к резкому снижению покупательной способности населения и снижению инвестиционной активности, что симметричным образом отразилось в снижении внутреннего спроса на автомобильную продукцию.

Если говорить об итогах 2018 года, то с точки зрения интересов отрасли можно сказать, что они были положительными: объем производства легковых автомобилей в России вырос. Однако при этом оценка как текущего состояния отрасли, так и ее ближайших перспектив зачастую

⁵¹ Распоряжение Правительства РФ от 31 августа 2017 года № 1877-р.

оценивалась экспертами крайне негативно. Так, например, аналитическая компания «АСМ-холдинг» на собственной, посвященной итогам 2018 года в автомобильной промышленности, конференции заявила, что объем поддержки отрасли государством постоянно растет. И за предшествовавшие к тому моменту 9 лет он вырос в 324 раза. При этом создаваемая отраслью добавленная стоимость за этот же период выросла лишь в 4,2 раза. Таким образом, каждый рубль добавленной стоимости автопрома в 2017 году включал в себя 56 копеек государственной поддержки, которой до 2009 года практически не было (в 2009 году этот показатель составил менее 1 коп. на рубль объемов производства). Серьезный и, главное, непрерывный рост господдержки промышленного производства в целом и автопрома в частности наблюдается начиная с 2014 года, однако эффективность и принципы ее применения вызывают большие сомнения, отмечали в «АСМ-холдинге».

В то же время в аналитической компании считали, что «применение методов по локализации «Промсборка-1» (постановление № 166) и «Промсборка-2» (постановление № 566)» не было достаточно эффективным. В частности, такой вывод делался вследствие неоправданно низкого целевого показателя роста локализации в России, который за 7 лет работы по программе промышленной сборки поднялся до уровня в 30% (для сравнения – в Китае и Индии всего за 3 года был достигнут уровень локализации в 75%). В то же время ситуация в России характеризовалась на тот момент присутствием большого числа брендов, при малых объемах производства большинством из них. Очевидно, что это служит естественным ограничением для возможности полноценной локализации производства. С той же причиной эксперты связывали тот факт, что при наличии в России производственных мощностей, способных выпускать более 3,6 млн автомобилей в год, загружены они лишь на 40–50%.

Одновременно, в «АСМ-холдинге» считали, что в связи с приходом новых игроков рынка Россия просто потеряла собственную автокомпонентную отрасль, а действующая стратегия развития отрасли до 2025 года не содержит анализа риска применения санкций и план мероприятий по их нейтрализации. Аналитики указывали, что из-за введенных ограничений возникли существенные риски внезапной остановки предприятий автопрома, что может привести к существенным потерям для госбюджета. Конкурентоспособность продукции, согласно выводам компании, приходится обеспечивать за счет низкой заработной платы, что приводит к оттоку квалифицированного персонала за рубеж (в Европу, Китай и другие страны)⁵².

Одним из «болевых» вопросов взаимодействия регулятора и представителей рассматриваемой нами отрасли в 2018 году стала проблема пересмотра действовавшего до того механизма СПИК. Как мы уже говорили, к тому моменту правительство во многих случаях не устраивал достигнутый уровень локализации производства работающих в России по схеме промсборки иностранных компаний. В дополнение к чему сохранялись вопросы с передачей технологий, что осложняло ключевой вопрос решения задачи модернизации отечественного промышленного комплекса в целом и автопрома как одного из его немаловажных сегментов, в частности.

Освещавший этот вопрос «Коммерсантъ» писал следующее: «В 2018 году у автоконцернов начинают истекать соглашения о промсборке, которые позволяли при локализации производства в РФ ввозить автокомпоненты по сниженным пошлинам. Концепция СПИКов от Минпромторга

⁵² <https://aftershock.news/?q=node/738206&full>

фиксирует льготы (по налогам на прибыль, имущество) на десять лет, концерны обязаны инвестировать в производство, использовать российские компоненты, часть продукции экспортировать и т. д. Минпромторг определил девять "критических операций" для локализации, за них можно получать баллы, по числу которых определяется объем господдержки. СПИК первой версии индивидуализирован по отношению к инвестору»⁵³.

Однако в конце первого полугодия 2018 года правительство, в лице курировавшего промышленность вице-премьера Дмитрия Козака, наложило на подписание новых контрактов временный неформальный мораторий. Ссылаясь на свои источники в правительстве, «Коммерсантъ» писал, что у вице-премьера возникли вопросы к прозрачности процедуры и целесообразности ряда контрактов. Отдельно обсуждалась целесообразность налоговых льгот, в действовавшем варианте приводивших к выпадению из бюджета большого объема доходов. Введя мораторий, регулятор одновременно объявил о подготовке новой схемы контракта, получившей наименование СПИК 2.0. В соответствии с новым вариантом, контракт допускается только по итогам публичного конкурса проектов по созданию продукции, не имеющей аналогов в РФ, а также по созданию и модернизации предприятий, выпускающих высокотехнологичную продукцию.

Ожидалось, что концепция СПИК 2.0 будет утверждена уже осенью 2018 года. Однако в ноябре того же года «Коммерсантъ» сообщил, что вице-премьер правительства Дмитрий Козак предложил приостановить работу над новыми инвестрежимами в промышленности, в т.ч. новыми специнвестконтрактами (СПИК 2.0)⁵⁴. Как писало издание, на тот момент сама концепция СПИК, за которую выступал Минпромторг, вошла в противоречие с подготовленной Минфином концепцией Соглашений о защите и поощрении капиталовложений (СЗПК). Как следует из приведенных пояснений, если концепция СПИК фиксировала неизменность налоговой нагрузки в обмен на инвестиции (причем по уже заключенным контрактам требовались сравнительно небольшие вложения), то СЗПК не предполагает федеральных льгот по налогу на прибыль.

Так или иначе, приостановив работу над новой схемой, Дмитрий Козак одновременно отменил введенный им же мораторий на рассмотрение предложений о заключении специнвестконтрактов и поручил обеспечить заключение СПИК с Hyundai, группой ГАЗ, BMW и «Автотором». Как писало об этом агентство экономической информации «Прайм», заключение СПИКов должно было быть осуществлено на условиях предоставления инвесторам единого объема преференций, ограниченного лишь так называемой стабилизационной оговоркой, и льгот по налогам по предусмотренному законодательством перечню. С оговоркой, что предоставление других льгот инвесторам не влечет обязательств государства по блоку промышленных субсидий⁵⁵.

В 2019 году на российском автомобильном рынке какого-либо кардинального изменения ситуации не произошло. И ключевым фактором поддержки продаж на внутреннем рынке, а значит, и поддержки отечественного автопрома, который в подавляющем объеме продолжал быть ориентирован на сбыт внутри страны, оставалась помощь со стороны государства. Как оказалось, выделенные правительством в 2019 году по программе льготного автокредитования

⁵³ <https://www.kommersant.ru/doc/3682466>

⁵⁴ <https://www.kommersant.ru/doc/3793965>

⁵⁵ https://1prime.ru/state_regulation/20181126/829473515.html

бюджетные средства были израсходованы уже к началу июня (программа действовала с марта), а на льготный лизинг коммерческой техники — в марте (программа действовала с января). В результате в конце первого полугодия 2019 года рынок отреагировал на произошедшее прекращение помощи падением спроса. И как следствие регулятор был вынужден возобновить прерванную поддержку. Как писало издание «Коммерсантъ», «на фоне падения спроса на автомобили и просьб крупнейших игроков отрасли правительство с 1 июля возобновляет действие программ поддержки спроса»⁵⁶. Для этого было принято решение выделить из федерального бюджета на программы льготного автокредитования и лизинга дополнительно 10 млрд руб. Параметры программ, как писал «Коммерсантъ», при этом не менялись. Хотя издание и делало по этому поводу комментарий, что введенное в 2019 году по программе автокредитования ограничение максимальной стоимости приобретаемого автомобиля суммой в 1 млн руб. не позволило воспользоваться этой мерой поддержки многим собираемым в России моделям иностранных марок. И экспертами однозначно указывалось на то, что принятое регулятором решение о снижении стоимости приобретаемого по программе льготного кредитования автомобиля с 1,5 до 1 млн руб. было сделано, чтобы адресно поддержать продажи «АвтоВАЗа». Запуск новых мер поддержки, в том числе ранее действовавшей программы обновления парка, на тот момент не планировался. В частности, отвечая на вопрос «Коммерсанта» о возможном возобновлении действовавшей ранее программы обновления парка, Минпромторг заявил об отсутствии таких планов. Здесь позиция ведомства разошлась с мнением автоконцернов, которые говорили о том, что российский автопарк остается высоковозрастным, а программа могла бы дать толчок спросу и помочь обновлению парка. Однако чиновники на это отвечали, что если в 2015 году доля реализованных на российском рынке с предоставленной за сданные в утиль автомобили скидкой автомобилей составляла 40,7%, в 2016 году этот показатель снизился до 22,1%, а в 2017 году — опустился до уровня менее 11%. Всего же за три года в рамках программы обновления парка было реализовано более 1,2 млн машин. И позиция Минпромторга состояла в том, что она выполнила свою задачу⁵⁷.

Переходя от вопроса сбыта к вопросу производства, «Коммерсантъ» писал, что на состоявшемся под председательством заместителя главы Минпромторга Василия Осьмакова 20 июня 2019 года совещании Межведомственной комиссии по специнвестконтрактам было одобрено заключение СПИК с Volkswagen, PSA, GM-АвтоВАЗ, Volvo Trucks и калининградским «Автотором». Сразу три из числа названных должны быть реализованы в автокластере Калужской области — Volkswagen, альянс Peugeot-Citroen и грузовики Volvo. Касательно калининградского автозавода «Автотор» говорилось, что в рамках нового контракта это предприятие снизит объемы отверточной сборки, в режиме которой оно работало до последнего времени. При этом в рамках нового соглашения «Автотор» расширит производство с применением сварки и окраски. Из прочих возможностей зафиксировать долгосрочные налоговые льготы в обмен на инвестиции и, главное, получить доступ к промсубсидиям в автопроме, получил концерн GM-АвтоВАЗ⁵⁸.

В декабре 2019 года ОАО «Автосельхозмаш-холдинг» в качестве организатора провело в Торгово-промышленной палате РФ 28-ю итоговую автомобильную конференцию «АВТОПРОМ-2019» на

⁵⁶ <https://www.kommersant.ru/doc/4012434>

⁵⁷ Там же.

⁵⁸ <https://www.kommersant.ru/doc/4006024>

тему «Итоги работы автомобильной промышленности России в 2019 г. и перспектива инновационного развития отрасли на период до 2025 г.». На этом мероприятии состоялось выступление директора Научно-исследовательского образовательного центра компетенций в области трансфера технологий и управления знаниями Финансового университета при Правительстве РФ Игоря Бычкова, который в качестве эксперта подвел некоторые итоги работы регулятора в отношении автомобильной отрасли за предшествовавшие несколько лет. В качестве одного из основных достижений правительства им была названа остановка «импорта прежде всего поддержанных иномарок, которые с успехом заменили новые иномарки уже российской сборки»⁵⁹.

В то же время Игорем Бычковым были озвучены ставшие системными проблемы российской автомобилестроительной отрасли, сформулированные им следующим образом:

«Во-первых, из-за ограничения внутреннего спроса и низкой доли экспорта автомобилей имеет место значительное недоиспользование производственных мощностей, что ухудшает финансовое положение предприятий.

Во-вторых, слабая динамика развития производства автокомпонентов, что сдерживает создание новых рабочих мест, уменьшает получение добавленной стоимости и ведет к недопоступлению значительных сумм в бюджет таможенных платежей.

И в-третьих, неготовность автопроизводителей к выводу на рынок новых продуктов, соответствующих современным глобальным технологическим трендам развития отрасли».

В качестве решения задачи повышения конкурентоспособности отечественного автопрома, Бычковым было предложено максимальное повышение уровня локализации и достижение российской отраслью глобально конкурентного уровня в результатах ее интеллектуальной деятельности, активизация участия в консорциумах, а также кластерообразование вокруг крупного автомобильного производства – инновационного ядра.

«Поэтому на уровне Правительства РФ необходимо принять решение о стимулировании привлечения иностранных инвестиций и компетенций для локализации инженерных центров по НИОКР, на местном уровне организовать создание центров коллективного пользования исследовательским и испытательным оборудованием, сооружениями и полигонами, усилить международную интеграцию и кооперацию по проведению исследований и разработок и обеспечить опережающую подготовку научных и инженерных кадров с ориентацией на перспективные требования развития отраслей промышленности к профессиональным квалификациям», – делал заключение докладчик.

Однако, что касается последнего абзаца, со стороны освещавших конференцию экспертов портала Abiznes.net поступило замечание, что осуществление заявленных мероприятий выглядит малореалистичным, в силу жесткого, ограничивающего доступ как в финансам, так и к новейшим западным технологиям режима санкций, в котором на тот момент оставалась Российская Федерация.

⁵⁹ <https://abiznews.net/truck-portal/avtoprom-itogi-2019/>

Так или иначе, но к 2020 году российский рынок подошел в состоянии сохранявшегося спада продаж. А его ближайшее будущее, даже несмотря на утвержденные стратегию развития автопрома и план ее реализации, в экспертном сообществе оценивалось как неопределенное⁶⁰.

Итоги первых двух месяцев 2020 года вполне указывали на то, что, несмотря на прилагаемые регулятором усилия, тренд на сокращение продаж будет сохраняться на российском рынке и дальше. Однако в марте 2020 года произошел неожиданный всплеск продаж, ставший, в соответствии с экспертной оценкой, следствием спровоцированного произошедшим в том же месяце ослаблением курса рубля. Можно сказать, что рост спроса со стороны потребителей был вызван спешкой приобрести автомобиль по старым, еще не учитывающим изменившийся курс национальной валюты ценам. Со стороны же экспертного сообщества поступили единодушные комментарии, что март 2020 пошел по сценарию декабря 2014 года, когда «все автосалоны опустели, а частные гаражи заполнились под завязку». В то же время эксперты АЕБ подчеркивали, что показанный в марте 2020 года результат не отражает реальных тенденций российского рынка и, соответственно, не станет для него переломным.

Ситуация еще раз резко изменилась в конце марта, когда в России в полной мере заработали инициированные правительством и связанные с распространением в стране COVID-19 ограничительные меры. В результате еще до начала апреля текущего года продажи автомобилей и дилерские операции были одномоментно прерваны, поскольку руководством страны было объявлено о введении до конца апреля 2020 года режима нерабочих дней и самоизоляции. Как следствие, была приостановлена работа автосборочных предприятий и автосалонов.

Уже 4 апреля Ассоциация европейского бизнеса направила в адрес Правительства РФ обращение, которое содержало предложение о целом комплексе мер, нацеленных на поддержку автопрома. Основными среди них были названы отсрочка введения дифференциации выплаты промышленных субсидий в зависимости от уровня локализации автомобилей и рекомендация отказаться от дальнейшего повышения ставок утилизационного сбора, которое Минпромторг планировал провести в 2021–2022 годах.

Здесь нужно сказать, что, взывая с поступающих на российский рынок автомобилей утилизационный сбор и возвращая его в форме субсидий тем предприятиям, которые осуществляют сборку автомобилей в России, государство, с одной стороны, позволяет последним получить дополнительные преимущества на внутреннем рынке, а с другой, старается стимулировать иностранные концерны для открытия или расширения их производственных активов в нашей стране.

Таким образом, в спровоцированных в условиях пандемии COVID-19 сложностях обострилось противоречие между регулятором, желающим посредством описанных мер совокупно увеличить глубину локализации открытых в России автосборочных предприятий и повысить эффективность тех средств, которые выделяются на поддержку автопрома, и самими игроками рассматриваемого нами рынка, которые заявили, что на сегодняшний момент выработанные и реализуемые правительством решения просто не сработают. Так, издание «Коммерсантъ», со ссылкой на свои источники, писало, что в настоящий момент компании думают не об

⁶⁰ <http://www.gruzovikpress.ru/article/25012-avtoprom-rossii-i-sng-v-2019-godu-itogi-2019-goda-vpered-neopredelennost/>

инвестициях, а о выживании, и дополнительная нагрузка лишь приведет к росту цен на автомобили, что еще больше затормозит спрос.

Уже в конце марта, когда из-за режима самоизоляции и закрытия всех дилерских центров продажи практически встали, эксперты заговорили о том, что по итогам апреля 2020 года российский авторынок будет в глубоком минусе. На это указывал опыт других стран: китайский рынок еще в феврале сократился на 79%, а в марте на 85% упали продажи автомобилей в Италии, на 72% – во Франции и на 69% – в Испании.

Как сообщило издание «Коммерсантъ», то положение, в котором оказался отечественный авторынок, было рассмотрено на состоявшемся в середине апреля совещании у вице-премьера российского правительства Юрия Борисова. Ссылаясь на мнение обсуждавших итоги прошедшего совещания экспертов, «Коммерсантъ» писал, что даже открытие дилерских центров не решит проблему отсутствия спроса, поскольку большинство клиентов не готовы в условиях неопределенности покупать автомобили. Также было высказано мнение, что в условиях высокой закредитованности населения и проблем малого и среднего бизнеса действующие программы льготных автокредитования и лизинга также вряд ли окажут значительный эффект с точки зрения решения задачи поддержки продаж.

В целом к этому времени в экспертной среде уже напрямую стали говорить о высоком уровне неопределенности, в котором оказался российский авторынок, с одной стороны, а с другой, об ожидании существенного падения объемов продаж по итогам 2020 года.

При этом экспертами было высказано мнение и о том, что даже окончание эпидемии не вызовет быстрого восстановления продаж автомобилей. Так, например, руководитель управления инвестиционных стратегий «БКС Брокер» Виктор Бондарович сказал, что «у населения, потерявшего работу, пока нет денег на технику, только на продукты, лекарства и коммуналку». По его оценкам, в результате сложившейся на рынке ситуации, его может покинуть до трети от суммарного количества имевшихся на нем дилеров.

Картину дополняют итоги проведенной аналитическим агентством «Автостат» онлайн-конференции «AUTOSTAT Analytic Day: прогноз авторынка 2020 в условиях неопределенности», которая состоялась 23 апреля того же года. На открытии этой конференции выступил директор этого аналитического агентства Сергей Целиков. Выделяя основные влияющие на авторынок экономические факторы, Сергей Целиков разделил их на две группы: до марта 2020 года и после. К первой группе им были отнесены стоимость нефти, курс рубля, покупательская способность населения, численность экономически активного населения, цены на автомобили и ряд других. Что касается второй группы, ее, по мнению Целикова, сформировал в полной мере проявившийся в России с апреля 2020 года фактор, связанный с пандемией коронавируса, который повлек за собой ограничение на ведение деятельности предприятий и запрет на перемещения, закрытие границ регионов и городов, разрыв цепочек поставок. В итоге директор Автостата высказал мысль, что это кризис «не одного года». Что же касается прогноза по авторынку на 2020 год, позиция аналитического агентства близка к высказанной ранее компанией ВCG: падение продаж новых автомобилей на 30–50%, автомобилей с пробегом – на 15–30%. При этом глубина падения будет зависеть от многих факторов, в том числе и от господдержки отрасли.

Как мы уже знаем, в мае режим связанных с распространением коронавирусной инфекции ограничений был продлен. При этом еще в конце апреля на упоминавшейся нами выше конференции Автостата говорилось о том, что большинство дилеров заявляют о полном прекращении или снижении продаж на 80–90% и сокращении сервиса на 30–40%. Обсуждая сложившееся положение, представители дилерских холдингов заявили, что разрабатывают собственные сценарии выхода из текущего кризиса. В первую очередь, как было сказано, это касается сокращений затрат на ФОТ (при возможном сохранении персонала), а также на маркетинг и рекламу. Что касается последнего аспекта, говорилось, что большинство дилеров сократило расходы на маркетинг в онлайн до 80% и перевели рекламу в соцсети. При этом был сделан акцент на том, что «дилеры в один голос говорят, что еще надеются на помощь государства».

На конференции также были высказаны сомнения по поводу возможности самостоятельного восстановления рынка. В значительном объеме покупки автомобилей осуществляются на российском рынке в кредит. Как писало в январе 2020 года со ссылкой на Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) и Автостат издание РБК, по итогам 2019 года на заемные средства россияне приобрели 45% от общего числа купленных новых автомобилей. Статистика первого квартала 2020 года однозначно указывала на то, что в России произошел рост выдачи кредитов как на новые автомобили (на 11% по сравнению с первым кварталом 2019 года), так и на автомобили с пробегом (на 14% по сравнению с первым кварталом 2019 года). Таким образом, в непосредственно предшествовавший пандемии период покупки автомобилей в кредит являлись основным драйвером продаж. И представители банковского сектора на все той же конференции Автостата однозначно высказались о том, что ожидают сокращения объемов автокредитования и рост просрочки по выплатам. Очевидно, что даже несмотря на то, что, как заявили банкиры, условия предоставления заемных средств ужесточаться не будут, кредиты не станут выдавать тем, кто потеряет работу, и доля одобренных кредитов однозначно снизится. Соответствующим образом это скажется и на итоговых рыночных показателях.

В этих условиях помощь со стороны государства приобрела еще большую значимость. Именно об этом шла речь на совещании по вопросу поддержки автопрома, которое провел В.В. Путин 24 апреля текущего года. Однако в итоге озвученные президентом решения коснулись преимущественно автоконцернов. В частности, 12 автопроизводителей России вошли в перечень системообразующих предприятий, для которых был предусмотрен специальный льготный кредит на пополнение оборотных средств. Дополнительно было заявлено о расширении закупок автомобилей для государственных нужд.

Решения правительства оправданны, поскольку трудности автоконцернов очевидны. Так, например, в связи с недостатком спроса на автомобили, об остановке производства с 28 апреля по 18 мая объявил «АвтоВАЗ». Однако дилеры, как мы уже сказали, оказались в еще более жестких условиях. И на этом фоне мы видим резкую активизацию объединяющей такие предприятия ассоциации «Российские автомобильные дилеры» (РОАД), которая, заявив, что в апреле 2020 года автодилеры недополучили около 280 млрд руб. выручки, во-первых, направила обращение к главе крупнейшего территориального рынка России – мэру Москвы Сергею Собянину – с просьбой разрешить официальным дилерским центрам начать продажи автомобилей, а во-вторых, заручившись поддержкой Минпромторга, обратилась к правительству

с просьбой распространить меры господдержки на все официальные дилерские предприятия, не относящиеся к малому и среднему бизнесу.

Подытоживая все сказанное выше, мы можем сделать вывод, что на рубеже апреля-мая 2020 года связанная с коронавирусом ситуация оказала очень серьезное влияние на российский авторынок, в том числе усугубив проблемы, имеющиеся и помимо нее. Для игроков рассматриваемой сферы дополнительный стресс вызвала неопределенность ситуации в целом, результат которой мы видим в большом разбросе тех прогнозных оценок, которые были высказаны экспертным сообществом даже в отношении ближайших перспектив отрасли и рынка. В таких условиях выглядит закономерным, что представители производителей и автодилеров стремились апеллировать в первую очередь к государству, ища у последнего одновременно определенности и реальных мер поддержки.

Если говорить о реакции регулятора, то в конце мая 2020 года на поддержку отечественного автопрома правительством было выделено 25 млрд руб.⁶¹. Как следовало из текста распоряжения, предусмотрено, что 5 млрд руб. пойдут на приобретение машин скорой помощи, 7 млрд руб. – на субсидирование кредитования, 8,5 млрд руб. – на льготный лизинг, в том числе на госпрограмму «Доступная аренда». Еще 4,5 млрд руб. потратят на субсидии по займам на закупку транспорта для государственных нужд⁶².

Позже агентство экономической информации «Прайм» сообщило, что на состоявшейся 18 июня 2020 года конференции «Сбер Про» глава департамента автомобильной и железнодорожной промышленности Минпромторга Денис Пак заявил, что государственная поддержка автопрома составит в России по итогам года более 45 млрд руб.⁶³.

«Только на автопром в этом году выделено более 45 млрд руб. В результате мирового экономического кризиса, который вызван пандемией и падением цен на нефть, на всех автомобильных рынках спрос на автомобили существенно снизился, и российский рынок тоже находится в этом общем негативном тренде. Принимая во внимание высокую результативность всех программ стимулирования спроса, которые мы реализуем, в этом году мы продолжили эту практику и по многим мерам увеличили бюджетирование», – дословно было сказано чиновником.

Как сообщало агентство «Прайм», согласно презентации Пака, на программы льготного автокредитования в 2020 году правительством выделено 17 млрд руб., ожидаемый эффект – продажа 119 тыс. Автомобилей; на льготный лизинг выделено 8 млрд руб., ожидаемый эффект – 26 тыс. машин; на новую программу «Доступная аренда» — 2,5 млрд руб. с ожидаемым эффектом в 14 тыс. реализованных авто; на субсидии производителям газомоторной техники выделено 3,3 млрд руб., ожидается продажа 8,33 тыс. ед.

Кроме этого, на опережающие закупки 33 тыс. ед. автотехники ведомствами и госкомпаниями выделено 4,5 млрд руб., и еще 10,2 млрд руб. – на закупку регионами 2,5 тыс. машин скорой помощи.

⁶¹ Распоряжение Правительства РФ от 22 мая 2020 года № 1374-р.

⁶² <http://government.ru/news/39738/>

⁶³ <https://1prime.ru/business/20200618/831647753.html>

Затем, 23 июня текущего года правительством было подписано постановление, которым регулятор внес изменения в правила выдачи субсидий по льготным автокредитам⁶⁴. В соответствии с новым механизмом, скидка при получении кредита на новый автомобиль, сделанный в России, составит от 10 до 25% от его цены. По идее правительства, банки, которые выдают льготные автокредиты семьям с детьми и медработникам, получают от государства средства на возмещение выпадающих доходов. Конкретно, субсидию получают те, кто предлагает займы со скидкой 10% от стоимости автомобиля семьям, воспитывающим как минимум одного ребенка, сотрудникам медицинских учреждений, а также сдавшим старый автомобиль в трейд-ин в счет уплаты первоначального взноса. При этом для жителей Дальнего Востока скидка должна составлять 25% от цены новой машины.

Освещая принятое правительством решение, Минпромторг писал, что теперь при покупке в кредит, например, автомобиля LADA можно получить дополнительную выгоду в размере 10% от стоимости новой модели при сдаче в трейд-ин старого автомобиля старше 6 лет, которым клиент владел не менее одного года. Такую же выгоду при покупке нового автомобиля LADA могут получить сотрудники медицинских организаций государственной системы здравоохранения⁶⁵.

Вместе с тем, в соответствии с внесенными изменениями, с 1 до 1,5 млн руб. была увеличена максимальная стоимость приобретаемого в кредит автомобиля. В соответствии с комментарием регулятора, это сделано для того, чтобы многодетным семьям стали доступны современные вместительные транспортные средства.

Всего на новую программу в 2020 году направлено 22,5 млрд руб. И ее основной целью заявлена поддержка российского автопрома на фоне ситуации с распространением новой коронавирусной инфекции⁶⁶.

Позже, уже в начале июля текущего года, правительство сделало доступнее лизинг автомобилей⁶⁷. В соответствии с принятым регулятором документом, государство будет субсидировать до 25% расходов на приобретение автомобильной техники каршеринговыми компаниями и арендодателями. Речь идет о предоставлении скидки на авансовый платеж по договору операционного лизинга до 25% стоимости транспортного средства. Скидка будет доступна гражданам, а также предпринимателям, работающим по упрощенной системе налогообложения, и компаниям, планирующим предоставлять приобретаемую в лизинг технику в аренду, например, в рамках каршеринга. Основное условие программы – транспортное средство должно быть произведено в России.

По идее регулятора, новый механизм сделает аренду и лизинг автомобилей привлекательнее для потребителя. С его помощью в 2020 году планируется реализовать до 14 тыс. транспортных средств отечественного производства. Обсуждаемая программа утверждена в дополнение к уже действующему механизму. По нему в рамках финансового лизинга предоставляется скидка 10%. Есть также опция для малого и среднего бизнеса и сельхозпроизводителей, которые берут в финансовый лизинг седельные тягачи. Для них скидка составляет 12,5%⁶⁸.

⁶⁴ Постановление Правительства РФ от 23 июня 2020 года № 907.

⁶⁵ https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!minpromtorgom_razrabotal_novye_mery_podderzhki_avtoproma

⁶⁶ <http://government.ru/news/39942/>

⁶⁷ Постановление Правительства РФ от 4 июля 2020 года № 977.

⁶⁸ <http://government.ru/news/39973/>

Затем, 3 августа 2020 года информационным агентством ТАСС было опубликовано интервью с Денисом Мантуровым, в котором глава Минпромторга рассказал об уже имевшемся на тот момент решении сохранить действие программ поддержки лизинга, льготного автокредитования и программы «Доступная аренда» на 2021 год. По вопросу предполагаемых объемов поддержки министр не дал конкретного ответа, оставив его открытым⁶⁹.

На рубеже сентября-октября 2020 года Россия вновь оказалась под угрозой повторения связанных с распространением коронавируса ограничительных мер, ввиду явных признаков наступления второй волны пандемии. Это стало дополнительным фактором неопределенности, с которым столкнулись рассматриваемые нами отрасли и рынок к концу года. А значит, встал вопрос о возможности дополнительных мер поддержки еще в 2020 году.

Тем не менее, как писало издание «Коммерсантъ», именно в это время в Государственной Думе начал рассматриваться законопроект о федеральном бюджете на 2021 год, в котором на поддержку спроса на продукцию автопрома правительство собирается направить 14,9 млрд руб. В частности, по программе льготного автокредитования предусмотрено финансирование в размере 11,1 млрд руб. Пока параметры этой программы остаются прежними: покупатель имеет право на скидку на авансовый платеж в размере 10% стоимости автомобиля (для Дальнего Востока — 25%). Вторая составляющая господдержки — льготный лизинг автомобилей. На него в бюджете на 2021 год заложено 3,8 млрд руб.⁷⁰

Со стороны игроков рынка уже было высказано мнение о том, что заявленный объем явно ниже того, который необходим отрасли и рынку. Так, например, руководитель отдела контроля и госрегулирования ГК «Альфа-Лизинг» Римма Иващук заметила, что предполагаемое снижение финансирования не позволит удовлетворить интерес клиентов к покупке новых автомобилей. Однако для регулятора типична ситуация, когда изначально запланированный объем финансирования по программам поддержки исчерпывается уже к середине года, когда первоначально выделенные средства оказываются израсходованы. И правительство, видя интерес потребителя, идет на предоставление дополнительных средств из бюджета. В противном случае, как, например, считают в лизинговой компании «Европлан», если в 2020 году бюджет на льготный лизинг машин на этот год был исчерпан уже в сентябре, то в 2021 году, если финансирование останется на заявленном уровне, это может произойти еще раньше.

Резюмируя, мы можем сказать, что в условиях усилившихся угроз и неопределенности высокая значимость для российских автомобильной отрасли и рынка государственной поддержки вырастает еще больше. Как отметил представляющий компанию «Автостат» Сергей Удалов, программы поддержки спроса традиционно ориентированы в России на бюджетный сегмент⁷¹, который наиболее подвержен негативному влиянию кризиса. Добавим, что этот сегмент является наиболее массовым, в конечном счете определяющим состояние российского рынка в целом. При этом эксперт Автостата указал, что прогнозировать ситуацию на рынке сложно даже на самую ближайшую перспективу.

⁶⁹ <https://tass.ru/interviews/9093059>

⁷⁰ https://www.kommersant.ru/doc/4519440?from=main_4

⁷¹ <https://www.kommersant.ru/doc/4519440>

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ:

Применяемые государством в отношении рассматриваемых нами отрасли и рынка меры поддержки уже на протяжении достаточно длительного периода времени остаются не только значимым, но во многом определяющим фактором, без которого сегмент производства и сбыта легковых автомобилей в стране вполне мог оказаться в близком к коллапсу состоянии, пережив кратное сокращение своих объемов. Ситуация продолжающейся слабости внутреннего спроса требует от государства не просто сохранения оказываемых им мер поддержки, но и их расширения. Очевидно, что такое положение вещей не может устроить регулятора, который осуществляет попытки модернизировать поддержку, повысив ее эффективность. Одним из ярких примеров этого являются те изменения, которые были внесены правительством в концепцию СПИК. Они призваны побудить иностранных инвесторов к расширению объемов производства и глубине его локализации в России. Параллельно государством решается задача переориентации рынка на продукцию внутреннего производства.

Проявившийся в 2020 году фактор пандемии коронавируса поставил отрасль и рынок легковых автомобилей в еще большую зависимость от поддержки регулятора, нарушив планы последнего по выведению отрасли и рынка на позитивный тренд, чтобы потом как минимум не расширять размеры бюджетных вливаний в них. При этом сохраняющаяся высокая неопределенность ситуации не позволяет государству строить в отношении рассматриваемой нами сферы деятельности сколько-нибудь долгосрочные планы, изначально подразумевая, что даже в ближайшие месяцы они будут корректироваться.

4. ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

4.1. Состояние парка легковых автомобилей в России

Перспективы рынка легковых автомобилей во многом определяются текущим состоянием парка автотранспортных средств – его суммарным объемом и качественным составом.

Согласно данным МВД РФ, по итогам 2019 года показатель наличия легковых автомобилей в Российской Федерации составил 48,4 млн шт. Из них 46,3 млн автомобилей (96%) находилось в собственности физических лиц. За 2019 год суммарный парк вырос на 1 млн ед. техники. Для сравнения: в 2018 году прирост парка составлял около 538 тыс. легковых автомобилей.

Если сопоставить данные о продаже новых легковых автомобилей в России, которые в 2019 году, в соответствии с данными портала «Автостат-инфо», были равны 1,57 млн шт.⁷², с фактическим приростом парка в 1 млн шт., мы получим, что в рассматриваемый период из парка выбыло около 570 тыс. автомобилей.

Таблица 21. Парк легковых автомобилей в России, млн шт.

	2000	2005	2010	2015	2017	2018	2019
Легковые автомобили – всего	20,4	25,6	34,4	44,3	46,9	47,4	48,4
в т.ч. в собственности граждан	19,1	24,1	32,6	42,3	44,8	45,4	46,3

Источник: МВД РФ, Росстат.

При этом Росстат, со ссылкой на данные МВД РФ, в своем периодическом сборнике «Транспорт России» приводит сведения о возрасте имеющегося в России парка автотранспортных средств. На момент подготовки нашего обзора наиболее актуальным был сборник «Транспорт России» за 2018 год⁷³. В соответствии с представленными в этом сборнике данными, к началу 2018 года 47,5% от суммарного числа зарегистрированных в России легковых автомобилей представляли собой технику, чей возраст превышал 10 лет. Доля техники, чей возраст находился на тот момент в пределах от 5 до 10 лет, составила 24,1%. Находящихся в эксплуатации менее 5 лет машин насчитывалось в российском парке 28,4%. В целом видно, что для отечественного парка легковых автомобилей начиная с 2014 года характерна тенденция увеличения доли той техники, чей возраст превышает 10 лет. Экспертами текущая тенденция «старения» отечественного парка связывается с ухудшением общего состояния экономики в стране и снижением продаж на российском рынке легковых автомобилей.

⁷² <https://avtostat-info.com/News/9235>

⁷³ https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/B18_55/Main.htm

Таблица 22. Структура парка легковых автомобилей в России в разрезе возраста, в %

	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017
Легковые автомобили – всего	100	100	100	100	100	100	100
в том числе находящиеся в эксплуатации:							
до 5 лет	20,6	21,7	27,2	29,3	28,3	27,8	28,4
5,1–10 лет	32,2	27,7	24,6	24,9	24,8	24,8	24,1
более 10 лет	47,2	50,6	48,2	45,8	46,9	47,4	47,5

Источник: Росстат.

Более свежие, альтернативные Росстату данные о возрастных параметрах российского парка легковых автомобилей предоставляет аналитическое агентство «Автостат». В мае 2020 года портал «Автостат-инфо» опубликовал данные о состоянии отечественного парка, где его суммарная величина по состоянию на начало 2019 года была оценена в 42,03 млн легковых автомобилей. Там же указывалось, что в России насчитывалось 24,08 млн машин в возрасте от 10 лет и старше⁷⁴. Таким образом, в соответствии с данными Автостата, доля техники старше 10 лет составила на рассматриваемый период свыше 57%.

То существенное расхождение в цифрах, которое демонстрируют опирающийся на данные МВД РФ Росстат и аналитическое агентство «Автостат», имеет своей причиной, как мы уже указывали в наших предыдущих обзорах, различную методологию учета. Так, если Росстат в категории «легковые автомобили» учитывает «пассажирские автомобили вместимостью до восьми мест для сидения, не считая места водителя», то Автостат использует более избирательную схему учета. Тем не менее тенденции динамики у Росстата и Автостата совпадают, что позволяет нам, опираясь лишь на один из двух упомянутых источников, дать качественную характеристику происходящих в российском парке изменений.

Что же касается наиболее свежих и актуальных данных, где на момент подготовки нашего материала у Автостата не было альтернативы в виде государственного статистического ведомства, по информации упомянутого аналитического агентства, по состоянию на 1 января 2020 года парк легковых автомобилей на территории Российской Федерации составил 44,53 млн ед. В соответствии с данными Автостата, российский автомобильный парк имеет высокий средний возраст. Так, на долю машин старше 10 лет на зафиксированную дату приходилось 57,8% общего парка, что в количественном выражении равняется 25,72 млн ед. техники. Доля новых машин (до 3 лет) составила 9,9%, что соответствует 4,42 млн автомобилей⁷⁵.

Рассматривая распределение отечественного парка легковых автомобилей в территориальном разрезе, мы ожидаемо видим, что большая его доля сосредоточена в наиболее крупных и развитых агломерациях страны – Москве и Санкт-Петербурге с прилегающими к этим городам областями⁷⁶.

⁷⁴ <https://avtostat-info.com/News/8168>

⁷⁵ <https://www.autostat.ru/research/product/363/>

⁷⁶ <https://mag.auto.ru/article/topregparkpc/>

Таблица 23. Парк легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-20 регионов, тыс. шт.

Регион	На 01.01.2020	На 01.01.2019	Динамика, %
Москва и Московская область	6421,8	6397,6	0,4
Санкт-Петербург и Ленинградская область	2284,0	2261,3	1,0
Краснодарский край	1899,8	1851,8	2,6
Свердловская область	1351,8	1316,0	2,7
Ростовская область	1346,6	1320,1	2,0
Республика Татарстан	1277,6	1246,3	2,5
Республика Башкортостан	1268,3	1228,6	3,2
Челябинская область	1113,2	1096,1	1,6
Самарская область	1053,9	1042,2	1,1
Нижегородская область	965,0	940,7	2,6
Красноярский край	899,3	878,5	2,4
Приморский край	860,5	842,3	2,2
Новосибирская область	832,4	812,1	2,5
Ставропольский край	809,1	791,2	2,3
Воронежская область	785,3	770,0	2,0
Иркутская область	757,1	734,2	3,1
Саратовская область	752,4	738,7	1,9
Волгоградская область	724,3	709,2	2,1
Алтайский край	688,6	665,3	3,5
Кемеровская область	668,1	671,5	2,5

Источник: Автостат.

В то же время, если рассматривать новейшую динамику прироста наличного парка легковых автомобилей, мы можем видеть, что ТОП-2 из представленного в табл. 23 списка регионов отличаются самыми низкими темпами его увеличения. Складывающаяся ситуация является следствием нескольких причин. Во-первых, эксперты указывают на то, что для потребителя владение автомобилем в обеих столицах стало менее удобным: увеличились проблемы с парковочным пространством, постоянные пробки являются нормой городского трафика. Во-вторых, именно в Москве и Санкт-Петербурге наиболее динамично развивается схема каршеринга, снижающая потребность в покупке личного автомобиля вообще.

По данным Российской ассоциации автомобильных дилеров, обеспеченность легковыми автомобилями составляет в стране 313 ед. техники на 1000 человек⁷⁷. И по этому показателю Россия существенно отстает от подавляющего большинства развитых стран мира. Так, например, в Германии еще в 2014 году рассматриваемый показатель был равен 572 автомобиля на 1000 жителей⁷⁸. Более актуальные данные Евростата демонстрируют, что в Италии в 2018 году на 1000 человек имелось 646 легковых автомобилей, а в Финляндии – 629. И даже в находящейся в конце рейтинга ЕС Румынии обеспеченность населения легковыми автомобилями находилась на уровне

⁷⁷ <http://www.asroad.org/stat/uroven-avtomobilizatsii-v-rossii/>⁷⁸ <https://www.nationmaster.com/country-info/stats/Transport/Road/Motor-vehicles-per-1000-people#-date>

332 машины на 1000 жителей⁷⁹. Таким образом, мы видим, что Россия имеет существенные резервы для наращивания парка.

Таблица 24. Плотность парка легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-10 регионов

	Парк, шт.	Доля парка региона, %	Население, чел.	Плотность парка, шт./1000 чел.
Москва	3809 384	8,91	12 928 911	294,56
Московская обл.	2652 039	6,20	6915 500	383,49
Краснодарский край	1835 479	4,29	5251 773	342,97
Санкт-Петербург	1692 345	3,94	5221 444	322,20
Свердловская обл.	1278 745	3,22	4232 247	318,24
Ростовская обл.	1232 121	3,12	4285 143	310,87
Татарстан	1213 208	3,07	3890 457	337,55
Башкортостан	1283 927	3,00	4189 283	306,48
Челябинская обл.	1109 574	2,6	3509 152	316,19
Самарская обл.	1058 712	2,48	3264 143	324,35

Источник: Автостат.

В то же время предоставленные Автостатом данные о текущей плотности российского парка легковых автомобилей говорят о том, что в крупнейших городах страны, заметно варьируясь в зависимости от региона, он не превышает 344 автомобиля на 1000 жителей, как это зафиксировано в Самаре⁸⁰. При этом в самой большой в стране агломерации – Москве – обеспеченность даже ниже, чем в среднем по России. Это, по нашему мнению, во многом является следствием уже описанных нами выше инфраструктурных ограничений, снижающих удобство владения и использования личного автомобиля.

Если говорить об изменениях в структуре парка, касающихся его марочно-модельного состава, то мы видим, что на настоящий момент устойчиво высокую долю в нем занимает техника иностранных брендов. Так, если в начале 90-х годов прошлого века, как писал журнал «За рулем», на автомобили иностранных марок приходилось лишь 5% от совокупного количества имевшихся в стране легковых автомобилей⁸¹, то к настоящему времени их доля приблизилась к 50%. В частности, в вышедшем в октябре 2018 года материале издания «Коммерсант» на эту тему говорилось, что «соотношение автомобилей иностранных и отечественных брендов примерно одинаковое». При этом издание делало важное замечание, что к тому моменту понятие «иномарка» в России стало «сильно размыто: многие автокомпании успели построить собственные автомобильные заводы, где ведется как крупноузловая сборка машин (завод «Автотор» в Калининграде, собирающий BMW), так и производство с полным циклом (завод Hyundai в Ленинградской области, VW в Калужской области) с высоким уровнем локализации»⁸². Иллюстрируя достигнутый уровень локализации производства, «Коммерсант» писал, что

⁷⁹ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Passenger_cars_infographics_2018_V2.png

⁸⁰ <https://www.autostat.ru/press-releases/41923/>

⁸¹ <https://www.zr.ru/content/articles/779343-inomarki-zaxvatili-rossijskie-dorogi/>

⁸² <https://www.kommersant.ru/doc/3752955>

собираемый в Москве Renault Logan на тот момент на две трети состоял из деталей российского производства. При этом и традиционно считавшийся российским «АвтоВАЗ», который на самом деле принадлежит на 96% СП Renault и Ростеха (владеют 66,2 и 33,8% соответственно), в существенной мере использует детали зарубежного производства. Как писал «Коммерсант», локализация моделей Lada, в среднем, составляет 85%, остальные 15% — это запчасти иностранных брендов.

Таблица 25. Парк легковых автомобилей в России по происхождению марки (на конец года), млн шт.

	2013	2014	2015	2016	2017
Легковые автомобили – всего	41,4	43,4	44,3	44,6	46,9
в т. ч. иностранных марок:	20	21,5	21,8	21,9	22,9
в т. ч. иностранных марок, произведенных на территории России	4,5	5,2	5,5	5,5	5,7

Источник: Аналитический центр при Правительстве РФ, ГИБДД РФ.

В том числе с учетом сказанного выше, в настоящее время в аналитических материалах стало принято отдельно выделять иностранные марки, которые были произведены на территории России. И как мы видим это из приведенных в табл. 25 данных, к концу 2017 года около четверти зарегистрированных в России автомобилей иностранных марок приходилось на машины, которые были собраны в России.

Более свежие, но уже базирующиеся не на информации ГИБДД, а собранные Автостатом данные говорят о том, что на начало 2020 года доля иностранных брендов составила 61,2% от всего парка легковых автомобилей в стране⁸³.

Размещенный в мае 2020 года на портале Автостат-инфо анализ текущей марочной структуры российского парка легковых автомобилей демонстрирует, что в настоящее время в отечественном парке присутствуют машины 166 различных марок.⁸⁴ Однако 107 из них насчитывают менее 10 000 машин каждая, а совокупно их парк составляет всего лишь 0,003% от всего автопарка страны. Из прочих еще 20 автомобильных марок представлены в российском парке в количестве до 100 тыс. ед. Совокупно на эту группу приходится лишь 2% от всего объема зарегистрированных в стране автомобилей. Как говорит Автостат, в эту категорию попадают, в частности, такие бренды, как Infiniti, Jeep, Porsche, Jaguar. В итоге, осталось 39 марок, на которые пришлось 98% парка и число принадлежащих к ним автомобилей насчитывает в российском парке более 100 тыс. машин каждая.

В тоже время аналитики Автостат указывают, что в настоящее время активное пополнение российского парка осуществляется за счет только 22 марок, из которых лишь две – УАЗ и Lada – представляют собой российские бренды. На сегодняшний день две упомянутые российские марки занимают 33% в российском автопарке, а на оставшиеся 20 марок иностранных производителей приходится почти 51% парка.

⁸³ <https://avtostat-info.com/News/9294>

⁸⁴ <https://avtostat-info.com/Article/331>

С точки зрения происхождения иностранных брендов, наибольшую долю в структуре российского парка – 18% – совокупно занимают 7 японских марок: Toyota, Nissan, Mitsubishi, Mazda, Suzuki, Lexus, Datsun. В два раза меньшая доля (9%) приходится на две корейские марки Hyundai и Kia. Четыре немецких бренда присутствуют в России в количестве 3,4 млн машин. Другие европейские марки (кроме Германии) находятся в количестве 3,1 млн машин. В целом на европейские марки в российском парке приходится 16%. И еще менее 3 млн автомобилей в парке — это машины двух американских марок Chevrolet и Ford.

Таблица 26. Парк легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-10 марок на 01.01.2020, шт.

Модель	Кол-во в парке
LADA	13 528 685
Toyota	3215 354
Kia	2148 750
Nissan	1945 423
Renault	1933 446
Hyundai	1933 175
Volkswagen	1660 081
Chevrolet	1550 008
Ford	1414 404
Mitsubishi	1108 795

Источник: Автостат.

Если говорить о марках автомобилей безотносительно страны происхождения, актуальные данные Автостата демонстрируют, что самое большое количество в российском парке занимает техника бренда LADA. Как следует из информации Автостата, доля машин этой марки составляет 30% от общего количества зарегистрированных в России легковых автомобилей. LADA является многолетним безусловным лидером российского парка, значительно превосходящих по занимаемой в нем доле прочие марки. Так, например, ближайший преследователь этой российской марки – бренд Toyota – имеет долю, равную 7%. Помимо названных, существенную часть в парке занимают такие марки, как Kia, Nissan, Renault и Nissan. Всего же на ТОП-10 брендов приходится около 58% от общего количества зарегистрированных в России легковых автомобилей.

Ранее, делая обзор российского парка легковых автомобилей по состоянию на 01.01.2019 года, Автостат приводил возрастную структуру каждой марки, в разрезе 30 крупнейших по числу зарегистрированных в России машин брендов⁸⁵. Преобразовав предоставленный Автостатом материал, мы разбили парк на возрастные категории, оценив долю каждой в суммарном парке отдельных марок.

⁸⁵ <https://avtostat-info.com/News/8168>

Таблица 27. Возрастная структура парка легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-30 марок на 01.01.2019, в %

Модель	0–3 года	4–6 лет	7–9 лет	10 лет и больше	всего
LADA	6,2	7,3	11,3	75,2	100
TOYOTA	8,3	12,0	11,7	68,0	100
KIA	27,5	28,1	23,6	20,8	100
NISSAN	10,3	18,7	20,6	50,3	100
RENAULT	20,4	27,5	25,0	27,1	100
HYUNDAI	25,1	28,0	23,0	23,9	100
VOLKSWAGEN	15,9	20,5	23,2	40,3	100
CHEVROLET	5,6	20,0	32,6	41,7	100
FORD	7,6	11,8	22,1	58,5	100
MITSUBISHI	6,3	14,4	18,0	61,3	100
GAZ	0,0	0,0	0,5	99,5	100
OPEL	0,0	16,1	23,6	60,3	100
SKODA	23,0	25,9	26,9	24,3	100
DAEWOO	0,2	7,1	31,2	61,5	100
MAZDA	10,6	15,4	15,8	58,3	100
MERCEDES	13,9	20,3	14,1	51,8	100
HONDA	1,2	7,0	8,8	82,9	100
AUDI	7,5	14,4	13,2	64,8	100
BMW	14,4	16,8	16,1	52,7	100
UAZ	7,5	10,7	12,8	68,9	100
SEAZ	0,0	0,0	0,0	100,0	100
SUZUKI	3,6	12,3	25,0	59,1	100
TAGAZ	0,0	0,4	15,7	83,9	100
ZAZ	0,0	0,1	13,3	86,7	100
AZLK	0,0	0,0	0,0	100,0	100
PEUGEOT	2,3	10,6	30,1	57,0	100
LEXUS	23,0	18,5	15,8	42,7	100
SUBARU	6,9	12,6	16,6	63,9	100
VOLVO	7,8	14,6	20,7	56,9	100
LANDROVER	10,8	27,9	22,9	38,5	100

Источник: Автостат, расчеты Института «Центр развития» НИУ ВШЭ.

Как видно из представленных в табл. 27 данных, парк ТОП-2 лидирующих марок представляет собой в своей основной массе возрастную технику. Похожая ситуация характерна и для таких, также находящихся в верхних строчках списка марок, как Nissan, Volkswagen, Chevrolet и Ford. На этом фоне выделяются два корейских бренда – Kia и Hyundai, занявшие соответственно третью и шестую позицию в списке наиболее массовых марок российского парка. У каждой из этих двух марок доля новой техники заметно выше, чем у прочих лидеров списка. С корейскими марками можно сравнить лишь стоящую на пятом месте Renault, у которой в российском парке почти 50% – техника, возрастом не старше 6 лет.

«Корейский фактор» в российском парке легковых автомобилей уже давно является объектом интереса отраслевых экспертов. В частности, этому вопросу уделил внимание портал auto.ru,

писавший, что «в большинстве регионов страны "корейцы" уже опережают "американцев", а в некоторых областях центральной и западной частей России их доля выше, чем японских и европейских машин»⁸⁶.

Пожалуй, еще необходимо упомянуть, что заметным явлением в российском парке легковых автомобилей становится присутствие машин китайского производства. По сведениям Russian Automotive Market Research, на 1 января 2020 года в России насчитывалось 627 тыс. легковых автомобилей китайских марок, что составляет, в соответствии с расчетами этого аналитического агентства, 1,4% всего автопарка страны. 90% от совокупного количества имеющихся в России китайских автомобилей приходится на пять марок – CHERY, LIFAN, GEELY, GREAT WALL и BYD. При этом другой источник – Автостат – особо выделяет из перечисленных Geely, называя эту марку одним из «активных» брендов, демонстрирующих высокие темпы роста продаж в России. Как говорит Автостат, зарегистрированный парк этого бренда уже превышает 100 тыс. машин, и он будет расти в дальнейшем. Так, например, продажи этой марки в 2019 году превысили 1000 ед.⁸⁷.

В настоящее время больше всего китайских автомобилей числится в Московской области – 38,9 тыс. ед., или 6,2%. В пятерку крупнейших региональных парков китайских автомобилей также входят Москва, Краснодарский край, Республика Башкортостан и Свердловская область⁸⁸.

Таблица 28. Парк легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-20 моделей на 01.01.2020, шт.

Модель	Кол-во в парке, шт
LADA 2107	1666 962
LADA 2109 Samara	1408 200
LADA 2106	1292 174
LADA 2121 Niva	982 512
Kia Rio	849 257
LADA 2110	837 699
LADA 2114 Samara	812 753
Hyundai Solaris	807 000
Ford Focus	787 862
Renault Logan	711 816
LADA 2190 Granta	671 171
Toyota Corolla	650 316
Chevrolet Niva	639 422
LADA 2105	638 412
LADA 2115 Samara	590 305
VW Polo	522 286
LADA 2104	520 344
GAZ 3110 Wolga	501 480
LADA 2112	486 185
LADA 2170 Priora	469 676

Источник: Автостат.

⁸⁶ <https://mag.auto.ru/article/topregkorauto/>

⁸⁷ <https://avtostat-info.com/Article/331>

⁸⁸ <https://www.napinfo.ru/infographics/segmenty-rynka/po-dorogam-rossii-yezdit-pochti-630-tys-kitayskikh-avtomobiley>

Переходя к структуре модельного ряда присутствующих в российском парке легковых автомобилей, мы закономерно увидим, что топовые позиции списка занимают в нем машины марки LADA. По факту, в ТОП-10 по количеству зарегистрированных в стране автомобилей шесть относятся к упомянутому бренду. Из прочих нужно отметить оказавшуюся на пятом месте списка Kia Rio, а также занявший восьмое место Hyundai Solaris. Что служит лишней иллюстрацией уже описанного нами усиления присутствия корейских марок в российском парке. В целом же из представленных в таблице 28 данных видно, что занявшие топовые позиции списка представляют собой недорогие среднеразмерные автомобили.

Таблица 29. Возрастная структура парка легковых автомобилей в России в разрезе ТОП-30 моделей на 01.01.2019, в %

Модель	0–3 года	4–6 лет	7–9 лет	10 лет и больше	Всего
LADA 2107	0	0	10,7	89,3	100
LADA 2109 SAMARA	0	0	0	100	100
LADA 2106	0	0	0	100	100
LADA 2121 NIVA	6,4	9,3	11,6	72,7	100
LADA 2110 LADA	0	0	0	100	100
LADA 2114 SAMARA	0	4,3	24,1	71,6	100
FORD FOCUS	4,8	11,8	30,8	52,7	100
KIA RIO	36,0	35,9	22,0	6,1	100
HYUNDAI SOLARIS	27,0	44,3	28,6	0,1	100
LADA 2105	0	0	4,6	95,4	100
RENAULT LOGAN	12,2	21,9	29,5	36,4	100
TOYOTA COROLLA	2,0	8,6	12,4	77,1	100
CHEVROLET NIVA	13,6	19,7	23,5	43,1	100
LADA 2190 GRANTA	27,5	52,1	20,3	0,1	100
LADA 2115 SAMARA	0	0,1	10,7	89,2	100
LADA 2104	0	0	7,9	92,1	100
GAZ 3110 WOLGA	0	0	0	100	100
LADA 2112	0	0,1	0,1	99,8	100
LADA 2170 PRIORA	7,6	17,7	34,2	40,5	100
VW POLO	31,3	34,9	29,4	4,5	100
DAEWOO NEXIA	0	3,3	32,4	64,3	100
TOYOTA CAMRY	19,3	20,5	17,1	43,1	100
OKA	0	0	0	100,0	100
SKODA OCTAVIA	15,8	23,4	30,1	30,7	100
TOYOTA RAV4	21,4	26,5	17,9	34,2	100
UAZ3151 HUNTER	1,3	2,4	6,9	89,3	100
RENAULT DUSTER	32,5	53,5	13,9	0,1	100
OPEL ASTRA	0	16,4	37,5	46,1	100
VW PASSAT	1,9	3,2	12,0	82,8	100
TOYOTA LANDCRUISER	12,9	14,3	15,5	57,4	100

Источник: Автостат, расчеты Института «Центр развития» НИУ ВШЭ.

Что касается особенностей возрастной структуры модельного ряда, шесть из десяти крупнейших позиций списка представляют собой не только автомобили марки LADA, но и относятся к той категории продукции, чей выпуск завершен. Здесь особенно виден контраст с корейскими автомобилями Kia Rio и Hyundai Solaris, очень большая доля которых представляет собой технику моложе 3 лет. И в целом текущая картина возрастной структуры присутствующего в российском парке модельного ряда легковых автомобилей позволяет говорить, что в последние несколько лет основная масса вновь регистрируемых в стране автомобилей приходилась на иностранные бренды.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ:

В настоящее время остается актуальным заключение, что, по сравнению с парками наиболее развитых стран российский парк легковых автомобилей является более возрастным. При этом обеспеченность населения легковыми автомобилями в России имеет значительное отставание от аналогичного показателя у таких стран, как, например, Германия, Франция или Италия. К особенностям российского парка относится также то, что он имеет выраженную региональную дифференциацию по плотности, в основном связанную с разным уровнем дохода населения в разных субъектах Российской Федерации. С одной стороны, все это позволяет говорить о наличии больших резервов для дальнейшего роста парка. Однако, с другой стороны, подобные «авансы» высказываются в его отношении уже давно. И очевидно, что неперенным условием возможного роста парка будет улучшение общей экономической ситуации в стране. К тому же на примере Москвы мы видим, что серьезным препятствием для роста парка могут стать инфраструктурные ограничения территории, а также развитие арендной схемы пользования техникой.

4.2. Текущее состояние российского рынка легковых автомобилей

Ранее мы уже отмечали, что существует несколько способов оценки емкости рынка легковых автомобилей. Во-первых, размер рынка можно оценить при помощи показателя видимого потребления, рассчитываемого как сумма произведенных и импортированных в страну автомобилей, за вычетом пошедших в границы того же временного интервала машин на экспорт, а также плюсуемой к полученной сумме разнице их складских остатков на начало и конец рассматриваемого периода. Исходные данные для расчета данного показателя мы можем получить из официальной статистики, предоставляемой Росстатом и Федеральной таможенной службой РФ. Во-вторых, размер рынка можно оценить на основе данных о фактических продажах, предоставляемых торгующими организациями. Подобную статистику по российскому рынку публикует в открытом доступе Ассоциация европейского бизнеса (АЕВ)⁸⁹. Однако предоставляемые АЕВ данные обычно включают в себя объединенную группу легковых и легких коммерческих автомобилей. Хотя существует эта же информация, «очищенная» от коммерческого сегмента. Ее на периодической основе публикует PricewaterhouseCoopers (PwC). И в-третьих, объем продаж на рынке можно принять равным числу регистраций в МВД первыми владельцами новых автомобилей. В настоящее время этим путем идет совместно с аналитической компанией «АСМ-холдинг» специализированный ресурс «Автостат-Инфо».

В нашем обзоре для суммарной оценки рынка мы будем использовать все перечисленные варианты.

⁸⁹ <https://www.aebras.ru/ru/>

Итак, в соответствии с произведенным нами расчетом видимого потребления легковых автомобилей, в 2015–2016 годах произошло обвальное снижение рассматриваемого показателя. На своем минимуме в 2016 году видимое потребление новых легковых автомобилей в России было равно 1119,8 тыс. машин. По сравнению с пиковым значением 2013 года снижение составило почти 42%. При этом сокращение рынка происходило по каждому из двух каналов поступления продукции: и со стороны внутреннего производства, и со стороны импорта.

Начиная с 2017 года видимое потребление легковых автомобилей в России начало восстанавливаться. Как мы видим в представленной в табл. 30 статистике, позитивный тренд формировался преимущественно за счет продукции внутреннего производства. Однако в 2019 году начавшая складываться тенденция была прервана. И рассматриваемый показатель вновь продемонстрировал снижение. Важно отметить, что объем экспорта и импорта легковых автомобилей в тот год выросли. Таким образом, сокращение произошло исключительно за счет снижения объемов выпуска на российских предприятиях.

Еще одним, заслуживающим внимания моментом является тот факт, что, начиная с 2017 года мы видим рост по показателю остатков продукции на конец года. Это говорит об опережающем по отношению к потребностям рынка росте производства.

Таблица 30. Видимое потребление легковых автомобилей в России, тыс. шт.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Производство	1924,70	1695,40	1215,40	1119,80	1355,70	1565,50	1524,90
Экспорт	138,4	129,3	97,7	68,5	84,9	93,7	110,5
Импорт	894,3	703,9	349,6	267,3	267,7	293,1	302,9
Остатки на конец года	76,5	35,0	30,9	20,4	27,2	31,9	33,9
Видимое потребление	2670,61	2311,55	1471,39	1329,04	1531,76	1760,18	1715,30

Источник: Росстат, ФТС РФ, расчеты автора.

Если говорить о тенденциях 2020 года, мы уже неоднократно говорили, что динамика внутри этого года практически полностью определялась влиянием фактора пандемии коронавируса. При подготовке данной главы наиболее актуальной, доступной нам статистикой были данные за январь-август 2020 года. В соответствии с проведенным расчетом, объем видимого потребления новых легковых автомобилей в границах упомянутого временного периода составил 811,2 тыс. ед. техники, что было на 30% ниже уровня, показанного по итогам января-августа 2019 года. Снижение затронуло как производство, так и импорт с экспортом продукции. При этом остатки продукции также сильно сократились, что стало следствием перерывов в производственном процессе, связанным с инициированными правительством ограничительными и санитарными мероприятиями.

Таблица 31. Динамика видимого потребления легковых автомобилей в России в сопоставлении 8 мес. 2019 г. к 8 мес. 2020 г., тыс. шт.

	Январь-август 2019	Январь-август 2020	Прирост 2020/2019, %
Производство	1010,0	705,8	-30,1
Экспорт	73,4	40,4	-45,0
Импорт	197,2	129,7	-34,2
Изменение остатков на конец периода*	-25,2	16,1	-163,7
Видимое потребление	1108,6	811,2	-26,8

* Разница между остатками на начало и конец рассматриваемого периода.

Источник: Росстат, ФТС РФ, расчеты автора.

Если обратится к той картине рынка, которую, опираясь на данные АЕВ о продажах дилеров, предоставляет РwС (см. табл. 32), их динамика по своим тенденциям совпадает с той, которую демонстрировало видимое потребление. Можно заметить, что данные о продажах – стабильно ниже объемов видимого потребления. Из чего следует, что определенный объем техники «застревает» в канале продаж. При этом начиная с 2017 года мы видим увеличение «глубины» расхождения в рассматриваемых показателях, совпавшее с изменением методологии статистического учета у Росстата. Так, если в 2013–2016 годах разница между ними составляла 20–30 тыс. автомобилей, то начиная с 2017 года она составляет 50 и более тыс. ед. техники.

Так или иначе, по данным РwС, в 2019 году на российском рынке было реализовано 1631 тыс. новых легковых автомобилей, что на 2,3 % ниже результата, показанного в 2018 году⁹⁰.

Таблица 32. Объем реализации новых легковых автомобилей в России, тыс. шт.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Продано легковых автомобилей	2600	2340	1491	1311	1475	1669	1631
Прирост (снижение) к предыдущему году, тыс. шт.	-	- 260	- 849	-180	+164	+194	-38
Прирост (снижение) к предыдущему году, %	-	-10,0	-36,3	-12,1	+12,5	+13,2	-2,3

Источник: АЕВ, РwС.

Что касается данных о количестве первичных регистраций новых легковых автомобилей в России, портал «Автостат-Инфо» сообщил, что в 2019 году рассматриваемый показатель составил 1567,7 тыс. машин⁹¹. По сравнению с 2018 годом объем регистраций сократился на 2,3%.

⁹⁰ <https://www.pwc.ru/ru/publications/automarket-review-2020.html>

⁹¹ <https://avtostat-info.com/News/9235>

Таблица 33. Продажи (регистрация) новых легковых автомобилей в России, тыс. шт.

	2015	2016	2017	2018	2019
Продано легковых автомобилей	1284,1	1243,0	1434,5	1606,7	1567,7
Прирост (снижение) к предыдущему году, тыс. шт.	-	-41,1	+191,5	+172,2	-39
Прирост (снижение) к предыдущему году, %	-	-3,2	+15,4	+12,0	-2,4

Источник: «Автостат-Инфо», «АСМ-холдинг».

В целом мы видим, что все представленные нами варианты расчета объема продаж имеют общий тренд и близкие количественные параметры. Что позволяет при помощи любого из них дать качественную характеристику рассматриваемому нами рынку. Однако при этом между ними имеется устойчивое расхождение в цифрах, где больший объем демонстрирует тот вариант расчета, который стоит ближе «к входу» в товаропроводящую цепочку. В теории это расхождение должно сглаживаться на более-менее продолжительных периодах времени. Однако по факту мы этого не видим. И этот вопрос уже неоднократно вставал в экспертной среде. В прошлый раз мы уже об этом писали, ссылаясь на специалистов PricewaterhouseCoopers, которые, в частности, сделали экспертное заключение, что одной из ключевых причин такого расхождения (при различном варианте расчета объема продаж на внутреннем российском рынке) стало приобретение автомобилей в России покупателями из других стран (прежде всего Казахстана и Беларуси) в период обесценения рубля и до обесценения национальных валют этих стран⁹².

Тем не менее существуют и другие объяснения. Так, еще в 2016 году Автостатом поднимался вопрос «о разнице между продажами и регистрациями», как это было названо в материале самого агентства⁹³. Как следует из информации Автостата, причиной расхождения часто назывались приписки к реальным цифрам продаж у дилеров, которым это необходимо для получения квартальных и годовых бонусов. При этом Автостат пояснял, что приписать к своим реальным цифрам продаж «просто так» дилеру практически невозможно, поскольку отрапортованная, но не проданная машина «зависает» на его складе. Кстати, такой автомобиль уже давно в среде автоторговцев именуется «желтым»⁹⁴. Сомневаясь в способности дилера самостоятельно заниматься такими приписками продаж реальной техники, Автостат высказал предположение о потенциальной возможности записать в проданные вообще несуществующие машины. Эксперты заявляли о том, что осуществлено это может быть лишь при условии совместного «творчества» дилера и дистрибьютора.

На ту же тему Автостат высказался и в 2019 году⁹⁵. Поясняя проблему, агентство писало: «Производители стараются обезопасить себя от перепроизводства и выполнять норму по заказам из дилерских салонов. В этом случае дилерам приходится решать проблему непроданных машин. В отличие от производителей, они запускают акции и скидки, в случае если машина не продается в течение длительного времени. Автосалоны используют такое понятие, как Yellow Stock, или «желтый производственный запас». Это минимальный процент, в который попадает машина,

⁹² <http://www.pwc.ru/ru/automotive/publications/assets/auto-market-feb-16l.pdf>

⁹³ https://www.autostat.ru/editorial_column/24837/

⁹⁴ <https://www.zr.ru/content/articles/842857-lishnij-nolik-zachem-dilery-nakruchivayut-statistiku-prodazh/>

⁹⁵ <https://www.autostat.ru/articles/39057/>

которая так и не была продана. В том числе со скидкой и на распродаже. Как правило, это 1% от общего числа произведенных автомобилей, но в кризисные периоды количество «желтых» машин доходит и до 30% от общего числа созданных. Ликвидные автомобили продают на аукционах, через перекупщиков в системе trade-in или распространяют по минимальным ценам среди сотрудников».

Так или иначе, но есть признаки, что эта проблема носит хронический характер. Лишним подтверждением такого вывода является публикация портала Motor.ru, которая также была сделана в 2019 году⁹⁶. В этом материале среди прочего, со ссылкой на обращение ассоциации дилеров Renault в российское представительство автопроизводителя, было сказано, что «на российском авторынке сложилась ситуация, в которой дилеры не успевают продавать "желтые" машины». Так, например, те автомобили, «за которые дилеры отчитались еще в марте, по факту до сих пор находятся на складах, из-за чего происходит "затоваривание"». Motor.ru указывал, что «по оценкам специалистов, доля таких «фиктивных» продаж в зависимости от бренда может варьироваться от 3–5 до 50 процентов».

Возвращаясь от проблем статистического учета к вопросам рыночной динамики, мы видим, что ее тренд, рассчитанный на стоимостном базисе, отличается от того тренда, который демонстрировали объемы продаж в натуральном выражении. Так, если количество проданных автомобилей в 2018–2019 годах было значительно меньше того числа, которое было реализовано в 2014 году, то показанный в последние годы стоимостной объем продаж, напротив, уже заметно превосходил результат 2014 года.

Таблица 34. Объем реализации новых легковых автомобилей в России, млрд руб.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Продано легковых автомобилей	2286	1779	1781	1970	2375	2540
Прирост (снижение) к предыдущему году, тыс. шт.	-	-507	2	189	405	165
Прирост (снижение) к предыдущему году, %	-	-22,2	0,1	10,6	20,6	6,9

Источник: АЕБ, РwC.

Понятно, что такая ситуация может быть следствием лишь двух причин: переориентация потребителя на более дорогую технику либо просто общий рост цен на машины. В нашем случае мы должны однозначно указать на действие второго фактора.

Так, в последние годы работающие в России дистрибьюторы и дилеры неоднократно объявляли о росте цен на автомобили. В частности, в январе 2018 года «Российская газета» писала, что около половины из всех представленных на российском авторынке автомобильных брендов подняли цены на автомобили в начале того же года.⁹⁷

⁹⁶ <https://motor.ru/news/fakesales-19-06-2019.htm>

⁹⁷ <https://rg.ru/2018/01/17/boleee-20-kompanij-podniali-ceny-na-avtomobili-v-novom-godu.html>

А специалисты Автостата объявили в своем опубликованном в сентябре 2019 года исследовании, что за истекшие с 2014 года пять лет рост цен на новые легковые автомобили составил в России 76%⁹⁸.

Лишнее подтверждение этому дает представленная в табл. 35 статистика Росстата, которая наглядно показывает, что для российского рынка характерен постоянный рост цен, пик которого пришелся на период с 2014 по 2016 годы, т.е. как раз на то время, когда произошла девальвация рубля и сокращение спроса на легковые автомобили.

Таблица 35. Индекс потребительских цен на легковые автомобили (в годовом исчислении; декабрь к декабрю предыдущего года), в %

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
102,51	106,75	112,49	106,66	102,99	104,67	103,5

Источник: Росстат.

Как мы и сказали, рост цен затрагивает практически все присутствующие на рынке марки легковых автомобилей. На эту тему регулярно публикует информацию маркетинговое агентство Russian Automotive Market Research. В соответствии с данными этой компании, если в 2018 году средневзвешенная цена нового легкового автомобиля составляла в России 1504 тыс. руб., то в 2019 году аналогичный показатель вырос на 9,6%, достигнув 1648 тыс. руб.⁹⁹.

Что же касается отдельных брендов, в табл. 36 представлена динамика средневзвешенной цены на новые легковые автомобили в 2018–2019 годы, в разрезе некоторых, как массовых, так и премиальных марок.

Таблица 36. Средневзвешенная цена на новый легковой автомобиль на рынке РФ, тыс. руб.

Бренд	Средневзвешенная цена в 2018 г., руб.	Прирост средневзвешенной цены, 2018/2017 гг., %	Средневзвешенная цена в 2019 г., руб.	Прирост средневзвешенной цены*, 2019/2018 гг., %
KIA	1230 623	11	1347 488	9,5
TOYOTA	2384 362	5,1	2588 845	5,3
LADA	640 900	8,8	691 024	7,2
HYUNDAI	1169 730	12	1269 520	8,6
MERCEDES-BENZ	5478 440	6,4	5812 626	2,1
BMW	3960 697	0,8	4395 229	10,9
VOLKSWAGEN	1357 738	7,4	1629 002	15,6
RENAULT	892 288	8,7	945 766	6,9
NISSAN	1430 378	6,3	1647 533	14,6
SKODA	1431 946	20,9	1553 956	9,6

* Расчет Russian Automotive Market Research.

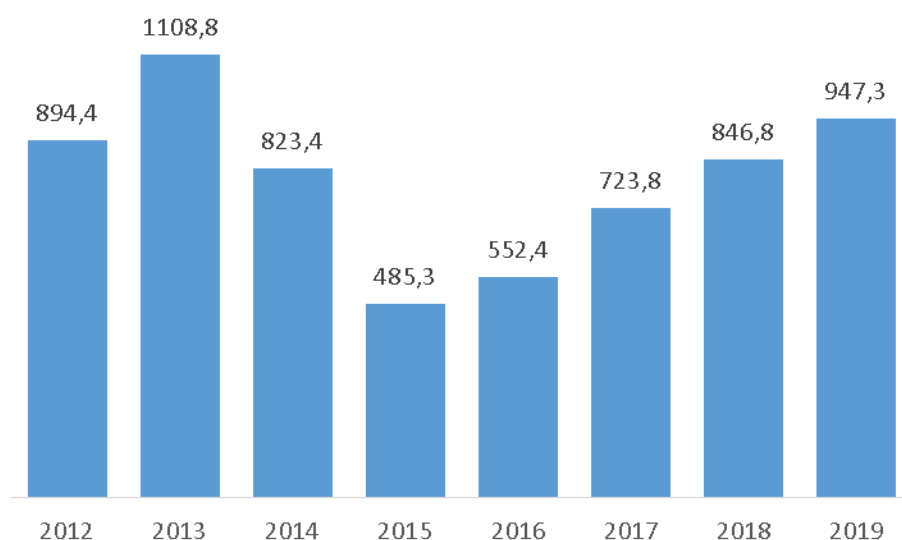
Источник: Russian Automotive Market Research.

⁹⁸ <https://www.autostat.ru/infographics/41010/>

⁹⁹ <https://www.napinfo.ru/press-releases/yemkost-rossiyskogo-avtorynka-prevysila-5-6-trln-rubley-v-2019-godu>

Если говорить о тенденциях 2020 года, то, несмотря на произошедший в первой половине года спад продаж, рост цен на легковые автомобили на российском рынке продолжился. Так, в соответствии с данными Росстата, по итогам августа 2020 года индекс потребительских цен на легковые автомобили по отношению к декабрю 2019 года составил 103,13%, а по итогам сентября – 104,02%.

В условиях сохраняющейся на российском рынке тенденции снижения покупательной способности населения при одновременном росте цен на новые легковые автомобили, продажи их в кредит остаются одним из самых значимых инструментов поддержки сбыта. Как следует из статистики, опубликованной изданием РБК со ссылкой на Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) и аналитическое агентство «Автостат», в 2019 году россияне взяли 947,3 тыс. кредитов на новые и поддержанные машины — рекордное количество за последние шесть лет¹⁰⁰.



Источник: НБКИ, Автостат.

Рис. 11. Динамика выдачи автокредитов, тыс. ед.

Рост общего количества выданных кредитов по своему тренду совпадает с увеличением их доли в суммарной структуре продаж легковых автомобилей. В соответствии с данными Автостата, если «на минимуме» рынка в 2015 году рассматриваемый показатель составлял 32%, то к 2019 году он вырос до 43%.

Таблица 37. Доля новых легковых автомобилей, проданных в кредит, в %

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	8 мес. 2020
46	35	32	36	40	39	43	45

Источник: НБКИ, Автостат.

Экспертами говорится, что рост объемов автокредитования на фоне общей слабости или даже сокращения (как в 2019 году) рынка связан с работой государственных программ льготного

¹⁰⁰ <https://www.rbc.ru/finances/28/01/2020/5e2edc469a79473e38baac28>

автокредитования. В частности, исполнительный директор аналитического агентства «Автостат» Сергей Удалов заявил, что «рост выдачи автокредитов связан, в первую очередь, с действием госпрограмм льготного кредитования («Первый/Семейный автомобиль»), которые были направлены как раз на массовый сегмент»¹⁰¹.

При этом, по факту, озвученная выше доля покупок легковых автомобилей в кредит может быть еще выше, поскольку нередко под эти цели идут деньги, взятые по схеме обычного потребительского кредита. Что также неоднократно обсуждалось в экспертной среде¹⁰².

Однако в целом мы видим, что в настоящее время дальнейшее развитие кредитного инструмента продаж сильно осложняется. Так, анализируя итоги 2019 года, издание РБК со ссылкой на НБКИ писало, что банки стали чаще отказывать заемщикам в новых ссудах. В частности, кредитные организации стали с меньшей охотой выдавать автокредиты: уровень одобрения по этому продукту за год упал на 7,2 п.п., до 43,5%. Комментируя это снижение, издание указывало, что произошедший «рост закредитованности населения привел к снижению качества входящего клиентского потока»¹⁰³. А это, в свою очередь, связано с ростом риска неплатежей.

Реализацию этого сценария мы отчасти видим на динамике истекшего периода 2020 года, когда на фоне очень существенного сокращения рынка доля продаж в кредит выросла до 45%. При этом банки столкнулись с заметным ростом неплатежей по автокредитам. Так, РБК, ссылаясь на данные Центробанка, писало, что в апреле 2020 года доля непогашенных в срок автокредитов вышла на максимум за три года и достигла 9,4%¹⁰⁴. Об этом же информировало информагентство «Росбалт», писавшее, что, по данным Национальной ассоциации профессиональных коллекторских агентств (НАПКА) и Бюро кредитных историй (БКИ) «Эквифакс», просроченная задолженность россиян по автокредитам за два месяца режима самоизоляции (апрель-май 2020 года) увеличилась «на рекордные с начала 2018 года 4,2%» и достигла 51,9 млрд руб.¹⁰⁵. Там же указывалось, что доля просроченной задолженности 90+ (свыше 90 дней) в портфеле заимодателя выросла при этом на 0,6 п.п., до 6,5%.

На сегодняшний день необходимо сказать еще об одном, близком к кредитной схеме инструменте продаж легковых автомобилей, который активно набирает обороты в последнее время. Речь идет о покупке автомобилей в лизинг. Как следует из данных Russian Automotive Market Research, на 1 января 2020 года в России действовало 76,6 тыс. договоров финансового лизинга на легковые автомобили, заключенных в 2019 году. Совсем недавно такая схема сбыта росла преимущественно за счет корпоративного сегмента сбыта. На эту тему, в частности, писало рейтинговое агентство «Эксперт РА», отметившее, что по итогам 2018 года объем нового бизнеса в автолизинге вырос на 19%. Одной из основных причин этого роста агентством был назван факт активного роста автопарков такси и каршеринга в крупных городах России¹⁰⁶. Что касается последнего, в соответствии с данными Автостата, быстрый рост этого сегмента наиболее явно виден на примере Москвы, где, начав с 35 машин в 2015 году, через год парк каршеринговых

¹⁰¹ <https://www.autostat.ru/press-releases/42650/>

¹⁰² <https://www.papabankir.ru/potrebitelskiye-kredity/kak-vzyat-potrebitelskij-kredit-na-mashinu/>

¹⁰³ <https://www.rbc.ru/finances/14/01/2020/5e1c91b89a79476cad759d0b>

¹⁰⁴ <https://www.rbc.ru/finances/10/06/2020/5edf95b99a7947263c74c9fb>

¹⁰⁵ <https://www.rosbalt.ru/business/2020/07/21/1854836.html>

¹⁰⁶ <https://raexpert.ru/researches/leasing/2018/>

автомобилей достиг 1 тыс. ед. В 2017 году его объем составил уже 7 тыс., а в 2018-м – 15 тыс. автомобилей. Таким образом, с 2016 по 2018 годы парк каршеринга в Москве увеличился в 15 раз. По итогам 2019 года он удвоился, достигнув уже 30 тыс. ед. техники¹⁰⁷.

В настоящий момент мы видим, что в лизинговую схему приобретения автомобиля все более вовлеченным становится и некорпоративный клиент. Так, Russian Automotive Market Research указывает, что в 2019 году физические лица и индивидуальные предприниматели приобрели в лизинг 11,5 тыс. легковых автомобилей, что на 74% превысило результат 2018 года¹⁰⁸.

Переходя к качественному анализу тех тенденций, которые в настоящее время наблюдаются на российском рынке легковых автомобилей, мы должны отметить произошедший на фоне общего падения рынка рост продаж новых импортных автомобилей. В соответствии с данными PwC, в 2019 году объем реализации таких автомобилей вырос в России по сравнению с 2018 годом на 3%. А вот иномарки российского производства, напротив, «потеряли» за тот же период времени 4,7%. По мнению аналитиков PricewaterhouseCoopers, причиной падения спроса могло стать удорожание автомобилей в сегменте почти на 16%¹⁰⁹. Тем не менее иномарки российского производства остаются самым большим сегментом российского рынка, заняв по итогам 2019 года долю в 60% от суммарного количества проданных новых легковых автомобилей.

Что касается сегмента отечественных брендов, в 2019 году он изменился незначительно, показав рост в 0,5% к уровню 2018 года. Рассматривая динамику сегмента, в PwC отметили, что продажи отечественных брендов резко замедлились во втором полугодии 2019 года.

Таблица 38. Продажи новых легковых автомобилей в России, в разрезе происхождения марок

	Продажи, тыс. шт.		Изме- нение, %	Продажи, млрд руб.		Изме- нение, %	Продажи, млрд долл.		Изме- нение, %
	2019	2018		2019	2018		2019	2018	
Отечественные бренды	371	369	0,5%	247	231	6,9%	3,8	3,7	2,7%
Иномарки российского производства	982	1030	-4,7%	1320	1196	10,4%	20,4	19,0	7,4%
Импортные новые автомобили	278	270	3,0%	973	948	2,6%	15,0	15,1	-0,7%
ВСЕГО	1631	1669	-2,3%	2540	2375	6,9%	39,2	37,8	3,7%

Источник: PwC.

Если говорить о марочной структуре рынка, в ней по-прежнему лидирует отечественный бренд LADA. Как писал Автостат, отечественная LADA, на долю которой в 2019 году пришлось 21,3% от общего объема, является бессменным лидером российского рынка¹¹⁰. Вторым в общем рейтинге и лучшей среди иномарок третий год подряд назван корейский бренд Kia, с результатом в 217,3 тыс. проданных в 2019 году экземпляров. Третье место занимает другой представитель корейского автопрома – Hyundai (174,9 тыс. шт.) В первую пятерку также попали имеющие

¹⁰⁷ <https://www.autostat.ru/infographics/42616/>

¹⁰⁸ <https://www.napinfo.ru/press-releases/kakiye-avtomobili-berut-v-lizing-fizicheskiye-litsa>

¹⁰⁹ <https://www.pwc.ru/ru/automotive/assets/pwc-auto-press-briefing-2019.pdf>

¹¹⁰ <https://www.autostat.ru/press-releases/42555/>

собственные сборочные производства в России французский производитель Renault (143,5 тыс. шт.) и немецкий Volkswagen (104,7 тыс. шт.).

Таблица 39. ТОП-15 марок на российском рынке новых легковых автомобилей по итогам 2019 г.

Марка	Продано, шт.		Прирост 2019/2018, %
	2018	2019	
LADA	336 409	339 482	0,9
KIA	224 326	217 311	-3,1
HYUNDAI	177 460	174 891	-1,4
RENAULT	137 795	143 490	4,1
VOLKSWAGEN	105 031	104 701	-0,3
TOYOTA	104 070	102 168	-1,8
SKODA	77 428	82 493	6,5
NISSAN	78 994	67 136	-15,0
MITSUBISHI	40 653	40 733	0,2
BMW	36 488	40 546	11,1
MERCEDES-BENZ	35 702	39 675	11,1
MAZDA	30 658	30 454	-0,7
CHEVROLET	29 287	22 807	-22,1
DATSUN	24 475	22 086	-9,8
LEXUS	23 271	21832	-6,2

Источник: Автостат.

В модельной структуре российского рынка по итогам 2019 года первые две строчки ожидаемо заняли представители лидирующего бренда LADA. Номером один списка стала LADA Granta, объем реализации которой в 2019 году составил 135,8 тыс. ед., что на 27,8% превысило результат 2018 года. Второе место оказалось у лидера предыдущего года модели LADA Vesta, продажи которой выросли в 2019 году на 2,9%, до 111,5 тыс. машин.

Замкнула список ТОП-3 сохраняющая эту позицию третий год подряд Kia Rio. В 2019 году реализация автомобилей этой модели составила в России 92,5 тыс. ед., «потеряв» 7,7% по сравнению с результатом 2018 года. Следующие два места рейтинга оказались у другой корейской марки – Hyundai: модель Creta показала результат в 71,5 тыс. шт. проданных автомобилей (+5,8% к 2018 году), а модель Solaris – 58,7 тыс. шт. (-10,5% к 2018 году).

Также в Автостате отметили, что в ТОП-20 модельного рейтинга и наилучший рост, и самое сильное падение показали модели лидирующего бренда LADA. Так, LADA Granta показала рост на 27,8%, а LADA XRAY потеряла в продажах 16,8%¹¹¹.

¹¹¹ <https://www.autostat.ru/infographics/42484/>

Таблица 40. ТОП-20 моделей на российском рынке новых легковых автомобилей по итогам 2019 г.

Модель	Продажи, шт.	Прирост 2019/2018, %
LADA Granta	135 831	27,8
LADA Vesta	111 459	2,9
Kia Rio	92 475	-7,7
Hyundai Creta	71 487	5,8
Hyundai Solaris	58 682	-10,5
Volkswagen Polo	56 102	-5,6
LADA Largus	43 123	-2,2
Renault Ouster	39 031	-5,7
Volkswagen Tiguan	37 242	11,1
Renault Logan	35 391	16,9
Skoda Rapid	35 121	0,1
Kia Sportage	34 370	5,2
Toyota Camry	34 017	0,9
LADA 4x4	31 923	-3,1
Toyota RAV4	30 627	-1,7
Renault Sandero	30 496	-3,4
LADA XRAY	28 967	-16,8
Skoda Octavia	27 161	8,5
Renault Kaptur	25 799	-14,1
Kia Optima	25 707	23,4

Источник: Автостат.

Заметим, что все модели из списка ТОП-3 продаж российского рынка – это модели В-класса (малого класса), к которому, в соответствии с принятой Европейской экономической комиссией классификацией, относятся малогабаритные бюджетные автомобили. К этому же классу принадлежат также стоящие в верхней десятке списка Hyundai Solaris, Volkswagen Polo, Renault Logan и LADA Largus. Поэтому не удивительно, что В-класс является на сегодняшний день самым крупным сегментом российского рынка. По итогам 2019 года его доля в суммарных продажах была равна 39,8%.

Долю в 29,1% занимает сегмент, который условно может быть назван как «городской» внедорожник, в который входят компактные и среднеразмерные кроссоверы. Если говорить о них отдельно, то доля первого сегмента в продажах в 2019 году была равна 19,9%. А второго – 9,2%. В качестве примера компактных кроссоверов мы можем назвать такие модели, как Renault Duster, Volkswagen Tiguan и Kia Sportage. К сегменту среднеразмерных кроссоверов относят такие автомобили, как Skoda Kodiaq, Kia Sorento и Nissan X-Trail.

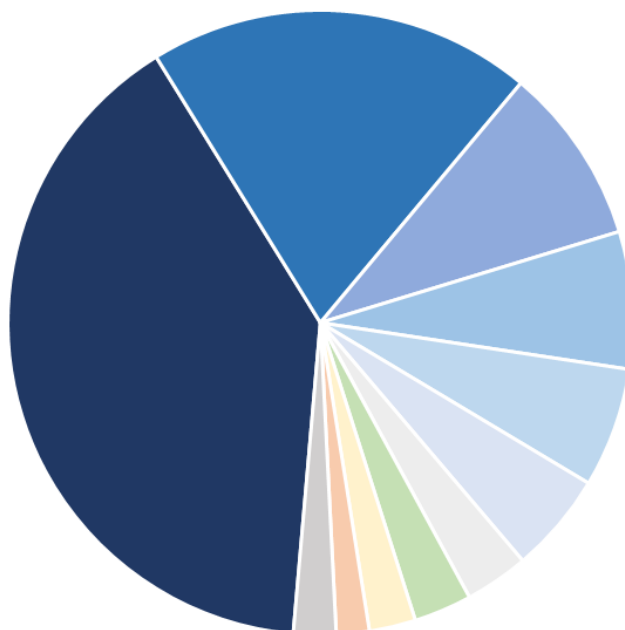
Таким образом, практически 70% российского рынка, по большому счету, всего лишь два (исходя из размеров и стоимости) класса техники¹¹².

¹¹² <https://www.drive2.ru/e/B6XswEAACvg>

Говоря о прочих позициях рассматриваемой классификации, совокупная доля «традиционных» классов C, D и E, или, в другом наименовании, гольф-класса, семейных автомобилей и бизнес-класса, составила по итогам 2019 года 12,3%.

Оставшуюся долю заняли автомобили прочих классов, относящиеся преимущественно к семейству внедорожников и кроссоверов.

- В-класс - 39,8%
- Компактные кроссоверы - 19,9%
- Среднеразмерные кроссоверы - 9,2%
- D и E-класс - 7,1%
- Кроссоверы В-класса - 6,2%
- С-класс - 5,2%
- Субкомпактные и компактные внедорожники - 3,3%
- Большие кроссоверы - 3,0%
- Большие внедорожники - 2,4%
- Среднеразмерные внедорожники - 1,7%
- Прочее - 2,2%



Источник: АЕВ, drive2.ru

Рис. 12. Структура автомобильного рынка России в разрезе классов техники по итогам 2019 г.

Завершая рассмотрение российского рынка новых легковых автомобилей, скажем о его региональном разрезе, в котором стабильно лидируют крупнейшие и богатейшие агломерации страны: Москва и Московская область, а также Санкт-Петербург. При этом только на столицу России приходится около 15% от суммарного объема продаж, а совокупная доля ТОП-3 регионов занимает около 30%.

Как мы видим в табл. 41, помимо упомянутых выше, большим объемом регистрации отличаются республики Поволжья и Краснодарский край. В целом ТОП-10 регионов заняли по итогам 2019 года около 52% от суммарных показателей российского рынка. Практически тот же результат, с тем же списком регионов? был показан и в 2018 году.

Таблица 41. ТОП-10 регионов России по количеству регистраций новых легковых автомобилей по итогам 2019 г.

Регион	2018 год		2019 год	
	Регистрация, шт.	Доля рынка, %	Регистрация, шт.	Доля рынка, %
г. Москва	226 041	14,07	224 325	14,31
Московская область	137 626	8,57	134 236	8,56
г. Санкт-Петербург	100 977	6,28	94 664	6,04
Республика Татарстан	70 086	4,36	67 459	4,30
Краснодарский край	59 271	3,69	59 421	3,79
Республика Башкортостан	58 199	3,62	56 287	3,59
Свердловская область	51 234	3,19	49 075	3,13
Самарская область	52 271	3,25	48 632	3,10
Челябинская область	42 903	2,67	40 335	2,57
Ростовская область	41 980	2,61	39 375	2,51

Источник: «Автостат-Инфо».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ:

После произошедшего в 2015–2016 годах спада российский рынок новых легковых автомобилей так и не вернулся на тот уровень, на котором он до того находился. Напротив, по итогам 2019 года мы увидели, что тенденция восстановительного роста была прервана. А возникшая в первой половине 2020 года ситуация с пандемией коронавируса вызвала новый спад продаж. В целом, независимо от тенденций последнего года, российский рынок характеризуется слабостью покупательного спроса. Это мы видим в структуре продаж, где явно доминирует бюджетный сегмент. Причем даже в нем потребитель делает выбор в пользу тех марок и моделей, которые соответствуют нижней ценовой границе рассматриваемого сегмента. Дополнительно мы видим развитие кредитной и лизинговой схем продаж, которое идет во многом благодаря субсидиарной поддержке государства. Что мы также склонны интерпретировать в качестве лишней иллюстрации слабости внутреннего спроса.

4.3. Экспорт легковых автомобилей российского производства и потенциал его развития

В нашем предыдущем, подготовленном несколько лет назад и посвященном российскому рынку легковых автомобилей обзоре мы указывали, что задача развития экспортного канала сбыта рассматриваемой продукции является одной из приоритетных задач отечественного автопрома. В частности, в том материале говорилось, что в условиях имевшейся на тот момент тенденции сокращения спроса на внутреннем рынке, компенсация этих потерь за счет роста экспорта выглядела очевидным решением. При этом мы приводили данные, что лишь 6% от суммарного количества произведенных в России в 2016 году легковых автомобилей пошли на внешние рынки. Как писало в середине 2017 года издание «Ведомости», за 2013–2016 годы рынок легковых автомобилей в России сократился вдвое. Там же были приведены слова управляющего директора по клиентской работе группы Российского экспортного центра (РЭЦ) Никиты Гусакова о том, что

«рост экспорта – это в целом тенденция российского автопрома», поскольку «внутренний рынок сейчас крайне невелик»¹¹³.

Нужно отметить, что к тому времени правительством уже осуществлялись достаточно широкие меры поддержки экспорта легковых автомобилей. В частности, государством предоставлялись субсидии на транспортировку и сертификацию, а также адаптацию автомобилей и автокомпонентов, поступающих на зарубежные рынки¹¹⁴.

Тем не менее, несмотря на оказываемые меры поддержки и произошедшее на рубеже 2014–2015 годов ослабление рубля (что, в теории, должно было способствовать росту российского экспорта за счет роста конкурентных преимуществ по цене продукции), качественного роста внешнеторговых поставок легковых автомобилей из России в последующие годы так и не произошло.

И в 2017 году Минпромторгом РФ была разработана Стратегия развития экспорта продукции автомобильной промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года. В рассматриваемом документе к приоритетным направлениям развития экспорта продукции автомобилестроения были отнесены следующие:

- создание общих условий для развития экспортно ориентированных производств автомобилей и автокомпонентов;
- поддержка выхода отечественных производителей на новые зарубежные рынки;
- размещение на существующих заводах крупных экспортно ориентированных производств моделей для глобальных рынков;
- интеграция российских производителей автомобильных автокомпонентов в производственные цепочки международных автопроизводителей.

В соответствии с основным, базовым, сценарием стратегии развития экспорта, к 2025 году объем легковых автомобилей на внешние рынки должен вырасти до 2,2 млрд долл. При этом доля экспорта легковых автомобилей в производстве увеличится до 20%.

Достичь заявленные цели предполагается преимущественно за счет наращивания поставок по ряду экспортных направлений, выделенных в рассматриваемой стратегии в качестве приоритетных. В частности, как о приоритетных для экспорта продукции традиционных российских марок (которые названы в упомянутом документе национальными автопроизводителями) рынках говорилось о Содружестве Независимых Государств, Ближнем Востоке, Восточной Европе, отдельных странах Западной Европы, Азии, Африки, Латинской Америки и Юго-Восточной Азии. В качестве приоритетных для экспорта продукции размещенных на территории России международных автопроизводителей рынков были заявлены Содружество Независимых Государств, Ближний Восток, Восточная и Западная Европа, отдельные страны Африки. В разрезе отдельных стран, среди тех, которые не относятся к группе стран СНГ, в качестве

¹¹³ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2017/10/19/738483-eksport-avtomobilei-komponentov>

¹¹⁴ Детально этот вопрос был раскрыт нами в отчете «Рынок легковых автомобилей-2017».

[https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/Рынок новых легковых автомобилей 2017.pdf](https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/Рынок%20новых%20легковых%20автомобилей%202017.pdf)

рынков «первого интереса» заявлены Иран, Ливан, Египет, Алжир, Тунис, Чили, Колумбия, Перу, Эквадор, а также Индонезия и Филиппины.

Одним из основных условий реализации озвученных в стратегии планов было названо создание долгосрочной системы мер поддержки (на 8–10 лет) для обеспечения возможности долгосрочного планирования на полный жизненный цикл модели. Помимо этого, документ декларировал необходимость работы государства по снижению таможенных барьеров на целевых рынках, а также подготовку пакета мер для снижения логистических издержек экспортных поставок.

В итоге в августе 2017 года рассматриваемая стратегия была утверждена соответствующим распоряжением Правительства РФ¹¹⁵.

Уже в октябре того же года издание «Ведомости» опубликовало материал, в котором были приведены данные Российского экспортного центра о том, что «по итогам семи месяцев 2017 года зарубежные поставки легковых автомобилей из России увеличились как в денежном (на 38%, до 802 млн долл.), так и в количественном выражении (на 30%, до 49 100 шт.)»¹¹⁶. Как следовало из опубликованной статьи, рост экспорта стал следствием двух основных факторов: государственной поддержки и «слабого» курса рубля. Что касается первого, «Ведомости» писали, что за истекший на момент подготовки упомянутого материала период 2017 года, только по программе субсидирования логистических издержек российский автопром получил 1,27 млрд руб. При этом инвестиционные и экспортные возможности российских производителей были значительно расширены за счет таких, реализуемых посредством дочерних структур группы РЭЦ (ЭКСАР и Росэксимбанка) финансовых механизмов, как страхование и кредитование экспортных сделок. Также «Ведомости» привели слова гендиректора РЭЦ Петра Фрадкова о том, что «по итогам 2017 года экспорт легковых автомобилей вырастет почти на 50% – примерно до 100 000 машин».

Как нам теперь известно, в результате российскому автопрому по итогам 2017 года удалось достичь результата в 84,4 тыс. легковых автомобилей, отправленных на экспорт. Что соответствует приросту в 24% к аналогичному показателю за 2016 год. В стоимостном отношении поставки на внешние рынки выросли в тот же период на 20,3%.

Рассматривая итоги 2017 года, руководитель проекта по развитию автопрома Российского экспортного центра Павел Бурлаченко отмечал, что достигнутый отраслью результат заметно превысил изначально прогнозируемый РЭЦ объем экспортных поставок в 60–70 тыс. легковых автомобилей. Однако им же было указано, что возможности увеличения экспортных поставок автомобилей российского производства существенно ограничены тем, что целый ряд рынков закрыт для продукции отечественного автопрома за счет имеющихся на них таможенных барьеров и необходимости адаптации техники под местные условия. Наиболее яркой иллюстрацией здесь является рынок стран ЕС, где очень жесткие требования к экологичности автомобиля. Соответственно, Павел Бурлаченко декларировал необходимость осуществления мер по субсидированию российским производителям логистических издержек, а также НИОКР и омологации их продукции¹¹⁷.

¹¹⁵ Распоряжение Правительства РФ от 31 августа 2017 г. № 1877-р.

¹¹⁶ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2017/10/19/738483-eksport-avtomobilei-komponentov>

¹¹⁷ <https://yandex.ru/turbo/autostat.ru/s/articles/33536/>

Также им были анонсированы две новые меры по поддержке экспорта, которые должны были появиться в 2018 году: развитие системы дистрибьюции и спецпрограммы по системе налоговых и таможенных преференций.

Что касается первой меры, эксперт РЭЦ отмечал, что российские компании проигрывают в этом параметре своим основным зарубежным конкурентам. И по мнению Бурлаченко, государство должно помогать автопроизводителям создавать дилерские сети за рубежом.

Целью второй меры было названо создание для отечественных производителей системы долгосрочной мотивации экспортных поставок. Как сказал представитель РЭЦ, аналогичная мера уже действует в таких странах, как ЮАР и Индия. Суть же проекта состоит в том, что экспортерам начисляется процент неких виртуальных баллов, которые можно будет использовать на налоговые и таможенные вычеты, на закупку оборудования, закупку тех компонентов, которые не будут производиться на территории РФ.

В дополнение Бурлаченко указывал, что «в арсенале господдержки остается такой большой рыночный массив мер, которыми оперируют все страны мира – это экспортное страхование и экспортное финансирование. Речь идет о длинных кредитах. Они, как правило, дешевле рыночной ставки (это нормальная международная практика). И речь идет о страховании рисков (одно из самых востребованных – страхование от дебиторской задолженности)»¹¹⁸.

Динамика экспорта по итогам 2018 года также была позитивной. Как писал со ссылкой на РЭЦ портал Autonews.ru, за год на экспорт тогда отправили 93,5 тыс. ед. легковых автомобилей, что на 10% превысило результат предшествовавшего года. Основными рынками сбыта продукции российского автопрома при этом оставались Белоруссия, Казахстан, Украина, Узбекистан и Азербайджан¹¹⁹.

В том же материале были приведены слова главы Минпромторга Дениса Мантурова о том, что «основными экспортерами являются компании "АвтоВАЗ", Renault, Hyundai, Volkswagen, "Группа ГАЗ", Toyota». При этом министр отметил, что одно из ведущих предприятий российского автопрома — ПАО «АвтоВАЗ» — в 2018 году показало рост экспорта на 57,5%, поставив на внешние рынки более 38 тыс. автомобилей LADA.

В то же время глава Минпромторга заявил, что барьеры для развития экспорта продукции российского автопрома остаются значительными. Главными из них были названы сохраняющиеся высокие таможенные пошлины и акцизы на внешних рынках, высокая стоимость экспортной логистики, влияние санкционной политики.

А портал Autonews.ru, ссылаясь на свои источники в крупных автомобильных компаниях, указывал, что мер, направленных на стимулирование экспорта, а главным образом, компенсации логистических затрат, не хватает. В частности, компании жаловались на серьезные потери, связанные с невыплатой обещанных со стороны государства компенсаций на доставку и омологацию в 2018 году. Представители российского автопрома аналогичные убытки ожидали и в 2019 году. Топ-менеджеры даже говорили о сворачивании ряда проектов в зарубежных странах ввиду того, что поставка на эти рынки без субсидий невыгодна. По сведениям Autonews.ru,

¹¹⁸ Там же.

¹¹⁹ <https://www.autonews.ru/news/5c6673d39a79478aadd12e2a>

затрагивающее озвученную проблематику письмо крупнейших автокомпаний ранее было направлено в Минпромторг. Однако в ведомстве на запрос портала не ответили. В РЭЦ же отметили, что обеспечение наиболее востребованных мер поддержки «зависит от доступности бюджетных ресурсов».

Так или иначе, в 2019 году объемы поставок произведенных в России легковых автомобилей на экспорт сохранили тенденцию к росту. В соответствии с данными ФТС РФ, по итогам 2019 года на внешние рынки было отправлено 109,4 тыс. ед. рассматриваемого вида техники, что почти на 16,8% превысило результат 2018 года. В стоимостном выражении объем экспорта легковых автомобилей в прошедшем году составил 1,6 млрд долл., что соответствовало приросту в 23,6% к уровню 2018 года.

Таблица 42. Экспорт легковых автомобилей из России*

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Всего	тыс. шт.	137,9	127,5	97,4	68,0	84,4	93,7	109,4
	млн долл.	1484,8	1460,5	1109,8	1097,5	1320,2	1297,5	1603,9

* С учетом поставок в Казахстан и Республику Беларусь.

Источник: ФТС РФ.

Таким образом, мы можем видеть, что начиная с 2017 года объемы экспортных поставок легковых автомобилей сохраняли тренд на увеличение. Таблица 42 наглядно показывает, что рост стоимостных объемов экспорта происходил быстрее роста «физических» объемов. В результате по итогам 2019 года наблюдалась картина, когда стоимостной объем уже превысил тот результат, которой был достигнут отраслью перед произошедшим в 2015 году спадом, в то время как количественный объем внешнеторговых поставок автомобилей российского производства заметно отставал от уровня, показанного в 2013–2014 годах.

Рассматривая причины демонстрируемой экспортом легковых автомобилей позитивной динамики, представляющий компанию SBS Consulting эксперт Дмитрий Бабанский указывал, что фундаментальными причинами роста поставок автопрома в 2019 году стали слабый внутренний спрос и государственная система поддержки экспорта¹²⁰. Что касается последнего, в сентябре 2019 года Минпромторг РФ отчитался, что «Правительство Российской Федерации утвердило изменения в Постановление № 496 в целях снижения затрат на транспортировку продукции для предприятий промышленного сектора»¹²¹. Как заявил глава Минпромторга Денис Мантуров, общая сумма выделенных на 2019 год субсидий составила 14,2 млрд руб. И за счет этих средств «производители высокотехнологичной продукции смогут компенсировать до 80% понесенных затрат при транспортировке своих товаров». По заявлению министерства, в соответствии с внесенными изменениями компании автомобильной промышленности получили возможность претендовать на единовременную субсидию от государства в размере 550 млн руб.¹²². Как писало издание «Коммерсант», суть новой версии механизма компенсации части затрат на

¹²⁰ <https://www.kommersant.ru/doc/4149094>

¹²¹ [https://minpromtorg.gov.ru/press-](https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!denis_manturov_eksportery_poluchat_subsidiyu_na_transportirovku_produkcii)

[centre/news/#!denis_manturov_eksportery_poluchat_subsidiyu_na_transportirovku_produkcii](https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!denis_manturov_eksportery_poluchat_subsidiyu_na_transportirovku_produkcii)

¹²² Там же.

транспортировку состояла в том, что она переориентировала часть поддержки с продукции низкого передела на машиностроительный комплекс. Однако, как комментировал принятое правительством решение Автостат, введение лимита финансирования и ограничение самой субсидии в размере 11% от стоимости товара вместо утвержденных ранее 25% создало предпосылки для сокращения географии экспорта до близлежащих стран¹²³.

Таблица 43. Структура экспорта легковых автомобилей из России в разрезе ТОП-15 основных стран, в %

Страна	2017	2018	2019
БЕЛАРУСЬ	34,2	47,6	49,0
КАЗАХСТАН	18,1	18,9	16,3
ЧЕХИЯ	18,6	7,3	9,6
УЗБЕКИСТАН	1,3	4,7	7,8
АЗЕРБАЙДЖАН	1,4	2,9	3,0
ЛАТВИЯ	4,2	3,5	2,9
УКРАИНА	4,6	4,6	2,4
СЕРБИЯ	0,6	0,8	0,9
ГЕРМАНИЯ	0,6	0,4	0,8
СЛОВАКИЯ	0,9	0,7	0,8
КИРГИЗИЯ	0,4	0,5	0,6
ВЕНГРИЯ	1,7	0,5	0,6
АРМЕНИЯ	0,9	0,7	0,5
МОНГОЛИЯ	0,3	0,2	0,5
ЭСТОНИЯ	0,7	0,4	0,5
Прочие	11,5	6,2	3,9
Всего	100	100	100

Источник: расчет на основе данных ФТС.

В свете сказанного выше интересно то, что, несмотря на произошедший в последние годы рост суммарного объема экспорта рассматриваемого нами вида техники, география поставок практически не изменилась. И, как мы можем видеть из представленных в табл. 43 данных, подавляющий объем поставок легковых автомобилей российского производства идет в страны – бывшие республики СССР. Основными импортерами российской техники уже продолжительный период остаются Беларусь и Казахстан. И если в 2017 году совокупная доля этих двух стран в количественном экспорте легковых автомобилей из России была равна 52,3%, то в 2019 году она выросла до 65,3%. Отдельно следует сказать о Чехии, единственной из не входящих в постсоветское пространство стране, которая отличалась существенным объемом экспорта из России. Нужно заметить, что этот случай стал следствием «точечного» решения компании Skoda, которая, как писал Автостат¹²⁴, на заводе в Квасинах (Чехия) прекратила сборку Skoda Yeti. Но в целях удовлетворения спроса на эту модель на европейском рынке было принято решение

¹²³ <https://yandex.ru/turbo/autostat.ru/s/news/41063/>

¹²⁴ <https://www.autostat.ru/news/34440/>

поставлять кроссовер Yeti на рынок ЕС из России. К 2019 году ситуация не изменилась: практически весь объем экспортируемой из России техники марки Skoda шел в Чехию¹²⁵.

Рассматривая географию экспорта в целом, мы увидим, что, в соответствии с данными ФТС РФ, в 2019 году легковые автомобили поступили из России в 80 стран. Однако едва ли не половина из них ограничилась поставками буквально единиц техники. А на долю всего лишь восьми крупнейших стран-импортеров пришлось 92% совокупного количества поступивших из России на внешние рынки легковых автомобилей.

Закономерно, что основной объем в марочно-модельном ряде идущих на экспорт машин приходится на автомобили LADA. И ожидаемо, что основным экспортным рынком сбыта марки являются страны СНГ. Как писало «РИА Новости», в 2018 году на экспорт ушло 38 тыс. автомобилей LADA¹²⁶. Среди основных идущих на экспорт моделей рассматриваемой марки называют LADA 4x4 и LADA Vesta¹²⁷. В числе лидеров называют и вторую традиционную отечественную марку – УАЗ¹²⁸. Как писало издание «За рулем», только в Казахстан поставки УАЗ достигали в последнее время 4–6 тыс. автомобилей в год¹²⁹. Кроме того, к числу лидеров российского экспорта относят открывшие в стране собственные сборочные производства Renault и Volkswagen.

Ожидается, что наблюдавшийся в 2017–2019 годах рост внешнеторговых поставок техники был обеспечен преимущественно за счет перечисленных марок. Прежде всего, как мы уже сказали, за счет автомобилей бренда LADA. Как писало в феврале 2020 года издание «Ведомости», крупнейший российский автопроизводитель (и экспортер машин) «АвтоВАЗ» реализовал в 2019 году на зарубежных рынках около 50 тыс. машин, что на 32% превысило результат 2018 года. По сообщениям самой компании, главными экспортными рынками бренда LADA являются Белоруссия, Казахстан и Узбекистан. Зарубежные продажи выпущенных в России автомобилей Renault выросли в тот же период на 14%, до 15,8 тыс. ед. техники. Ссылаясь на представителя компании, «Ведомости» указывали, что основные рынки Renault – Белоруссия, Казахстан и Киргизия. Группа Volkswagen экспортировала из России в 2019 году 24,6 тыс. машин (в 2018 г. – около 20 тыс.), из них почти 10 тыс. – Skoda Kodiaq в Европу. Экспорт Nissan из России сократился по сравнению с 2018 годом на 27%, составив 4, 2 тыс. ед. техники, поступившие преимущественно в Казахстан и Беларусь. УАЗ поставил за рубеж 5720 машин (рост на 29%), из них почти 80% отправились в страны СНГ и ближнего зарубежья¹³⁰.

Если перейти непосредственно к модельному ряду легковых автомобилей, лидирующих в настоящее время в поставках на экспорт, до недавнего времени номером один списка называлась LADA 4x4, отличившаяся самым большим объемом трансграничных поставок в 2018 году.

В сентябре 2019 года Автостат опубликовал материал, в котором дал собственную оценку наиболее массово поставляемых за рубеж моделей. При этом аналитическое агентство учитывало поставки только в страны, не входящие в ЕАЭС. Так вот, в соответствии с этой оценкой, по итогам

¹²⁵ <https://rg.ru/2020/02/27/cheshskij-krossover-stal-liderom-rossijskogo-avtoeksporta.html>

¹²⁶ <https://ria.ru/20190110/1549181444.html>

¹²⁷ <https://news.drom.ru/Lada-66452.html>

¹²⁸ <https://rg.ru/2019/10/09/v-rossii-rezko-vyros-eksport-mashin.html>

¹²⁹ <https://www.zr.ru/content/news/905677-uaz-planiruet-k-2020-godu-ehksp/>

¹³⁰ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/02/06/822361-rossiiskih-avtomobilei>

января-июня 2019 года самой экспортируемой из России моделью также стала LADA 4x4, показатель которой составил чуть более 6 тыс. ед. В тройку лидеров по экспорту вошли также LADA Vesta с объемом 4,3 тыс. экземпляров и Skoda Kodiaq (3,9 тыс. шт.)¹³¹.

Таблица 44. Экспорт ТОП-10 моделей легковых автомобилей из России за пределы ЕАЭС, шт.

	Модель автомобиля	
1	LADA 4x4	6018
2	LADA Vesta	4345
3	Skoda Kodiaq	3915
4	Volkswagen Polo	542
5	LADA XRAY	521
6	Hyundai Accent	500
7	Skoda Rapid	333
8	УАЗ Патриот	280
9	Kia Rio	222
10	LADA Largus	217

Источник: Автостат.

Тем не менее по итогам 2019 года лидер сменился. Им стал кроссовер Skoda Kodiaq, поставки которого из России за пределы Евразийского экономического союза были осуществлены в объеме 10 тыс. ед. Второе место заняла LADA 4x4 с результатом в 8 тыс. экспортированных автомобилей. Замкнула тройку лидеров LADA Vesta с результатом 5,9 тыс. экземпляров. Среди наиболее популярных моделей российского автоэкспорта по итогам 2019 года были названы LADA XRAY (1,5 тыс. шт.) и Volkswagen Polo (1,4 тыс. шт.). Кроме них, в ТОП-10 такие модели, как Hyundai Accent/Solaris (1008 шт.), LADA Largus (803 шт.), Kia Rio (635 шт.), LADA Granta (605 шт.) и Skoda Rapid (465 шт.)¹³².

Переходя к вопросу тех показателей, которые демонстрировал российский экспорт в незавершенном на момент подготовки нашего материала 2020 году, нужно сделать акцент на том, что в рассматриваемый период динамика и изменение структуры экспорта во многом были следствием явлений, вызванных пандемией коронавируса.

В соответствии с данными ФТС РФ, по итогам января-июня 2020 года из России на внешние рынки было поставлено 30,6 тыс. легковых автомобилей, что соответствует снижению в 44% к уровню первого полугодия 2019 года.

Если рассматривать статистику внешнеторговых поставок за 2020 год в помесечной динамике (см. рис. 13), мы увидим, что основной спад экспорта приходится на апрель-май, т.е. месяцы, когда в России действовал самый жесткий режим связанных с распространением коронавируса ограничений. И хотя в июне внешнеторговые поставки выросли по сравнению с маем почти в 2 раза, издание «Ведомости» со ссылкой на аналитика «ВТБ Капитала» Владимира Беспалова писало, что говорить о начавшемся восстановлении экспорта преждевременно, поскольку «рост в

¹³¹ <https://www.autostat.ru/infographics/40738/>

¹³² <https://www.autostat.ru/news/43031/>

июне объясняется тем, что были ослаблены ограничительные меры, восстановилось производство, торговля, происходило восполнение складских запасов и удовлетворялся отложенный спрос»¹³³. В соответствии с мнением эксперта «ВТБ капитала» результат июня представляет собой «отскок относительно очень низких цифр апреля-мая». А итоговые цифры 2020 году должны показать спад к предыдущему году.

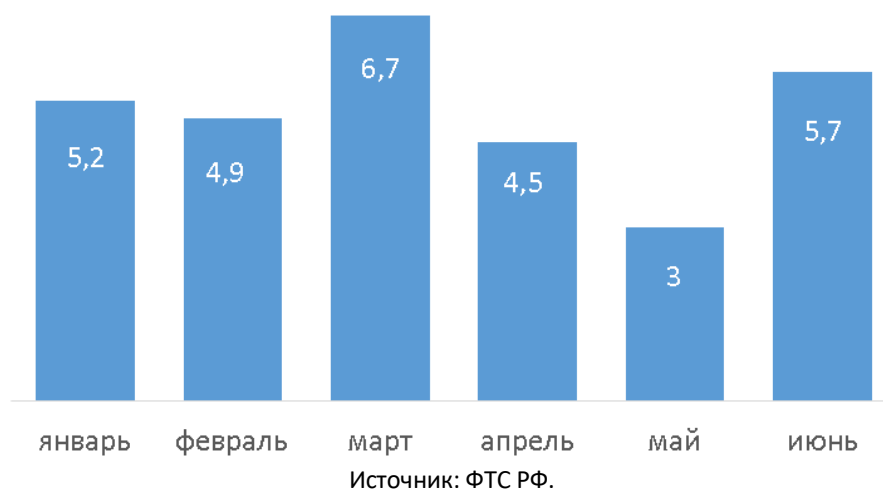


Рис. 13. Помесячная динамика экспорта легковых автомобилей из России в 1-м полугодии 2020 г., тыс. шт.

Изменения коснулись и географической структуры экспорта. Во-первых, сократилось само количество стран, в которые осуществлялись поставки легковых автомобилей из России. Так, если по итогам января-июня 2019 года российская техника поступила в общей сложности в 62 страны, то результатом первого полугодия 2020 года стала поставка в 57 стран. Во-вторых, экспорт стал более «концентрированным». Иными словами, выросла совокупная доля основных традиционных стран-импортеров российских автомобилей. И если в первом полугодии 2019 года на долю ТОП-3 таких стран – Беларуси, Казахстана и Узбекистана – пришлось 70% от совокупного количества отправившихся из России на внешние рынки легковых автомобилей, то по результатам января-июня 2020 года общая доля тех же стран была равна уже 85%.

Обращает на себя внимание, что наиболее существенное сокращение поставок произошло в еврозону. Это мы видим на примере Чехии и Латвии, доля которых в структуре российского экспорта легковых автомобилей сократилась при сопоставлении первого полугодия 2020 года с аналогичным периодом 2019 года в несколько раз.

¹³³ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/08/10/836319-eksport-legkovih>

Таблица 45. Структура экспорта легковых автомобилей из России в разрезе ТОП-15 основных стран в сопоставлении 1-го п/г 2020 г. к 1-му п/г 2019 г., в %

Страна	1-е п/г 2019	1-е п/г 2020
БЕЛАРУСЬ	47,6	50,0
КАЗАХСТАН	14,9	25,4
УЗБЕКИСТАН	7,7	9,6
АЗЕРБАЙДЖАН	4,0	3,8
АРМЕНИЯ	0,4	2,2
УКРАИНА	1,5	1,0
КОНГО	-	0,7
ГЕРМАНИЯ	0,7	0,7
ЛАТВИЯ	5,6	0,6
КИРГИЗИЯ	0,5	0,6
МОНГОЛИЯ	0,6	0,5
ЭСТОНИЯ	0,5	0,5
ЧЕХИЯ	7,5	0,5
ТАДЖИКИСТАН	0,2	0,4
ЕГИПЕТ	0,4	0,4
Прочие	8,1	3,1
Всего	100	100

Источник: расчет на основе данных ФТС.

В сентябре 2020 года, когда готовился наш материал, ФТС РФ опубликовала данные об экспорте легковых автомобилей того же года. Из данных ведомства следовало, что, хотя в количественном отношении результат июля и был на 5,3% выше показателя предыдущего месяца, он на 40% уступал июлю 2019 года. И итоговый показатель января-июля 2020 года был ниже аналогичного периода предыдущего года на 43,4%.

При этом, анализируя доступную на тот момент информацию по августу 2020 года, аналитическое агентство «Автостат» писало, что по итогам этого месяца в странах ЕС в общей сложности было реализовано лишь 382 новых автомобиля крупнейшего экспортируемого из России бренда LADA, что на 57,8% ниже результата августа 2019 года. Таким образом, как заключал опираясь на данные АСЕА Автостат, продажи машин российской марки в Евросоюзе падали на тот момент восьмой месяц подряд. И всего за январь-август 2020 года реализация автомобилей LADA в ЕС составила 1742 ед., снизившись на 52,7% к аналогичному периоду предыдущего года¹³⁴. Комментируя эту новость, Автостат отмечал, что причиной ослабления позиций марки в Европе на самом «АвтоВАЗе» называют ужесточение экологических норм: введенный осенью 2019 года в ЕС стандарт Euro 6d-TEMP требует серьезных вложений в модернизацию двигателей¹³⁵.

В целом же оценка даже ближайших перспектив экспорта легковых автомобилей из России сильно осложнилась тем, что на рубеже августа-сентября 2020 года в мире всерьез заговорили о угрозе второй волны пандемии коронавируса¹³⁶. По сути, на момент подготовки материала,

¹³⁴ <https://www.autostat.ru/news/45576/>

¹³⁵ Там же.

¹³⁶ <https://www.kommersant.ru/doc/4502597>

однозначно можно было говорить лишь о том, что результат внешнеторговых поставок автомобилей из России в 2020 году будет существенно ниже того, который был показан в 2019 году. Сам же размер спада предсказать сложно. Тем более в свете усложнившейся во втором полугодии 2020 года политической обстановки в таких, важнейших для российского экспорта рынках, как Беларусь, Армения и Азербайджан.

Что касается дальнейших перспектив, ранее мы писали, что текущая конфигурация мирового рынка позволяет говорить о возможностях роста российского экспорта в первую очередь в таких регионах, как Латинская Америка, Западная Африка, Ближний Восток, а также в Индии, Вьетнаме и Монголии. С тех пор, как мы подготовили предыдущий обзор по рынку легковых автомобилей ситуация в этом смысле практически не изменилась. И на сегодняшний день именно на этих, перечисленных выше рынках Россия в потенциале может в полной мере использовать имеющееся у нее конкурентное преимущество в цене продукции. Актуальным аргументом остается то, что на рынках упомянутых стран пока нет настолько жестких требований по экологичности автомобиля, как, например, в странах ЕС. К тому же сейчас в наиболее развитых странах, таких как США, Япония и Германия, активно идет процесс модернизации рынка, связанный с массовым переходом на альтернативные виды топлива, т.е. на те технологии, где отечественный автопром не имеет серьезных компетенций. Таким образом, актуальным остается и ранее сделанный вывод о том, что, в условиях имеющегося технологического отставания российского автопрома от мировых лидеров, его присутствие на рынках передовых богатых стран может осуществляться лишь «по остаточному принципу», когда имеющие свои производственные мощности на российском рынке ведущие мировые производители могут лишь частично дополнять свое присутствие на рынке за счет автомобилей российской сборки либо когда российская техника ограниченно конкурирует в нижнем ценовом сегменте рынка.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ:

В 2020 году определяющим для российского экспорта легковых автомобилей фактором стала пандемия коронавируса, вызвавшая значительное сокращение трансграничной торговли в мире. И если после утверждения правительством Стратегии развития экспорта продукции автомобильной промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года объемы поставок отечественных автомобилей на внешние рынки росли на всем протяжении 2017–2019 годов, в 2020 году статистика фиксирует серьезный спад по рассматриваемому показателю. Отдельно следует сказать о рынке ЕС, где продолжающееся поэтапное ужесточение предъявляемых к автомобилю экологических требований создает дополнительные сложности, к которым отечественные бренды адаптироваться пока не в силах. Что очевидно ограничивает возможности расширения географии поставок российской продукции.

Важнейшим фактором для российского экспорта остается поддержка со стороны государства. В настоящее время она остается многоплановой, включающей в себя субсидирование части затрат для отечественных производителей на НИОКР и омологацию. Однако на сегодняшний день основной мерой поддержки эксперты и представители автопрома единодушно называют компенсацию из федерального бюджета российским производителям определенной доли их логистических издержек.

В целом же для усиления позиций российского автопрома на внешних рынках необходимо преодоление имеющегося у них технологического отставания от ведущих производителей. В противном случае экспорт, конечно, может быть увеличен, но лишь с падением создаваемой в России добавленной стоимости автомобиля. А это вряд ли будет приемлемым для отрасли и экономики страны вариантом.

5. ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Поскольку это не первый наш обзор, посвященный анализу российского рынка легковых автомобилей, нами уже были сформулированы базовые факторы или предпосылки, которые, по нашему мнению, являются ключевыми для понимания его будущих перспектив. Мы считаем, что актуальность этого перечня в полной мере сохраняется и сегодня.

- Легковой автомобиль является дорогостоящим потребительским товаром длительного пользования. Его нельзя отнести к товарам первой необходимости. Обычно покупка автомобиля представляет собой серьезную нагрузку для бюджета семьи со средним доходом. Таким образом, на решение приобрести новый автомобиль в большой степени влияет то, в какой мере эта покупка скажется на финансовом положении потребителя.
- Купив новый автомобиль в салоне у дилера, даже при условии минимальной эксплуатации, продать его можно с потерей как минимум 10–15% стоимости. К тому же у потенциального покупателя нового авто всегда есть альтернатива в виде приобретения подержанной машины.
- Автомобиль потенциальным покупателем часто оценивается не просто с позиций функциональности, но затрагивает аспект статусности и моды. Так, даже не имея фактической возможности приобрести желаемый автомобиль исходя из собственного уровня доходов, но оценивая свое экономическое положение как стабильное, потребитель охотно берет кредит. В противном случае, если у потребителя отсутствует позитивное видение своих будущих перспектив в плане дохода и уровня жизни, он отказывается и от этого, формально остающегося доступным инструмента приобретения автомобиля.

В итоге нами был сделан вывод, что спрос на новые легковые автомобили на российском рынке «высоко эластичен по доходу потребителя». Иными словами, с ухудшением благосостояния населения спрос снижается опережающими темпами по отношению к общему уровню падения экономики.

Далее мы указывали, что видим тесную зависимость между уровнем благосостояния населения и динамикой рынка легковых автомобилей. С учетом текущей специфики экономики России эту связь лучше всего иллюстрирует соотношение курса доллара и физических объемов продаж автомобилей, демонстрирующее тесную отрицательную корреляцию между рассматриваемыми показателями.

Отчасти эта связь может корректироваться мерами государства, имеющими как «положительный» (субсидии, дотации и т.п.), так и «негативный» (например, рост налогов на устаревшую технику) стимулирующий характер.

Если же говорить конкретно о той ситуации, в которой российский рынок оказался в 2020 году, мы уже неоднократно здесь отмечали, что наибольшее влияние на его состояние оказала затронувшая Россию пандемия COVID-19 с сопровождавшими ее ограничительными мерами. Пандемия стала тем, что аналитики PricewaterhouseCoopers (PwC) назвали стресс-фактором, изменившим и сделавшим неактуальной построенную ранее прогнозную модель рынка.

Первой на эту тему высказалась компания Boston Consulting Group (BCG), в силу возросшей неопределенности давшая сразу три сильно отличающихся по количественным параметрам сценария развития ситуации с российским авторынком в 2020 году. Оптимистичный предусматривал 20%-ное падение рынка до уровня в 1,4 млн проданных автомобилей, пессимистичный – двукратное, до 0,9 млн ед. техники. Наиболее вероятным BCG был назван третий, промежуточный сценарий, подразумевающий сокращение продаж на 26–37%, до 1,1–1,3 млн проданных автомобилей. Одну из основных угроз BCG видела в том, что «дилеры, которые ослабнут или не справятся с управлением кризисом ликвидности, рискуют уйти с рынка». Восстановления спроса BCG связала с прохождением пика текущего кризиса, когда дилерам и автопроизводителям придется удовлетворять «резко растущие потребности клиентов» и обеспечивать готовность заказов.

Однако со стороны экспертов было высказано мнение и о том, что даже окончание эпидемии не вызовет быстрого восстановления продаж автомобилей. Так, например, руководитель управления инвестиционных стратегий «БКС Брокер» Виктор Бондарович сказал, что «у населения, потерявшего работу, пока нет денег на технику, только на продукты, лекарства и коммуналку». По его оценкам, в результате сложившейся на рынке ситуации, его может покинуть до трети от суммарного количества имевшихся на нем дилеров.

Картину дополнили итоги проведенной аналитическим агентством «Автостат» онлайн-конференции «AUTOSTAT Analytic Day: прогноз авторынка 2020 в условиях неопределенности», которая состоялась 23 апреля текущего года. На открытии конференции выступил директор этого аналитического агентства Сергей Целиков. Выделяя основные, влияющие на авторынок экономические факторы, Сергей Целиков ожидаемо разделил их на две группы: до марта 2020 года и после. К первой группе им были отнесены стоимость нефти, курс рубля, покупательская способность населения, численность экономически активного населения, цены на автомобили и ряд других. Что касается второй группы, ее, по мнению Целикова, сформировал в полной мере проявившийся в России с апреля 2020 года фактор, связанный с пандемией коронавируса, который повлек за собой ограничение на ведение деятельности предприятий и запрет на перемещения, закрытие границ регионов и городов, разрыв цепочек поставок. В итоге директор Автостата высказал мысль, что это кризис «не одного года». Что же касается прогноза по авторынку на 2020 год, позиция аналитического агентства близка к высказанной BCG: падение продаж новых автомобилей на 30–50%, автомобилей с пробегом – на 15–30%. При этом глубина падения будет зависеть от многих факторов, в том числе и от господдержки отрасли.

Компанией PwC в апреле 2020 года был опубликован «Обзор автомобильного рынка России в 2019 году и перспективы развития»¹³⁷, в котором она представила собственные ожидания на итоги года для российского рынка легковых автомобилей. В соответствии с наиболее вероятным, названным компанией «стрессовым» сценарием, снижение продаж на нем должно было составить 29,8%.

Что касается описания качественных параметров этого сценария, они были сформулированы следующим образом:

- восстановление и стабилизация цен на нефть к третьему кварталу 2020 года;

¹³⁷ <https://www.pwc.ru/ru/automotive/assets/pwc-auto-press-briefing-2019.pdf>

- снятие большей части ограничений на передвижение и деятельность предприятий в конце весны – начале лета 2020 года;
- развитие онлайн-продаж новых автомобилей;
- сохранение предпочтений потребителей по владению автомобилем;
- введение дополнительных мер поддержки автомобильной отрасли.

В своем материале PwC привела и долгосрочный прогноз рынка, в соответствии с которым объем продаж новых легковых автомобилей в России будет прирастать в период с 2021 по 2026 годы со среднегодовым темпом в 2,6% (см. рис. 14) Однако в PwC сразу заявляли, что данная модель не учитывает действия стресс-факторов и может быть пересмотрена.

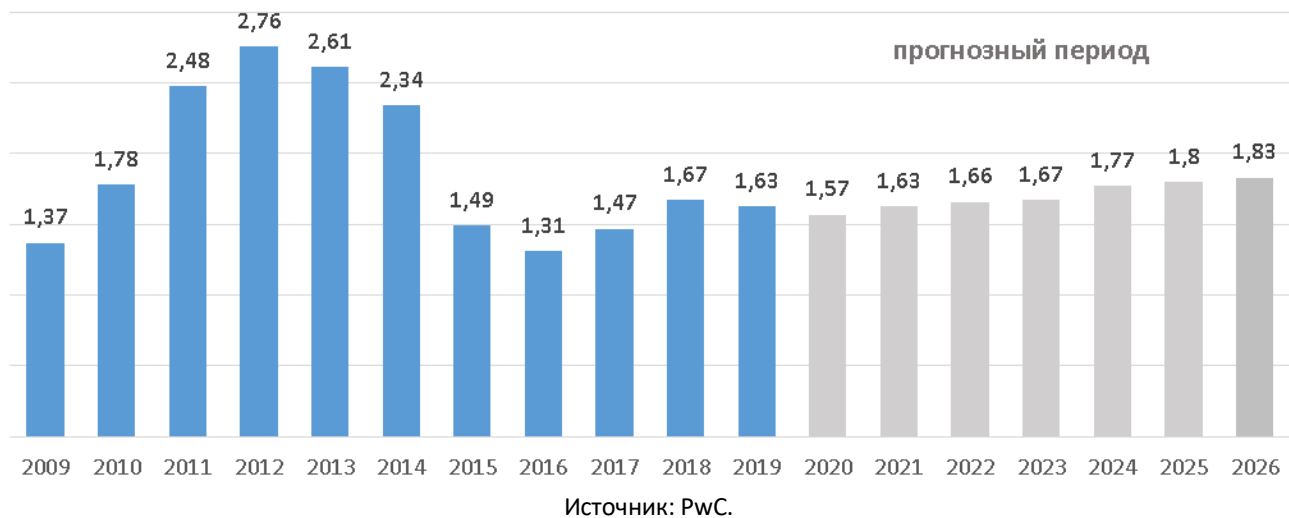


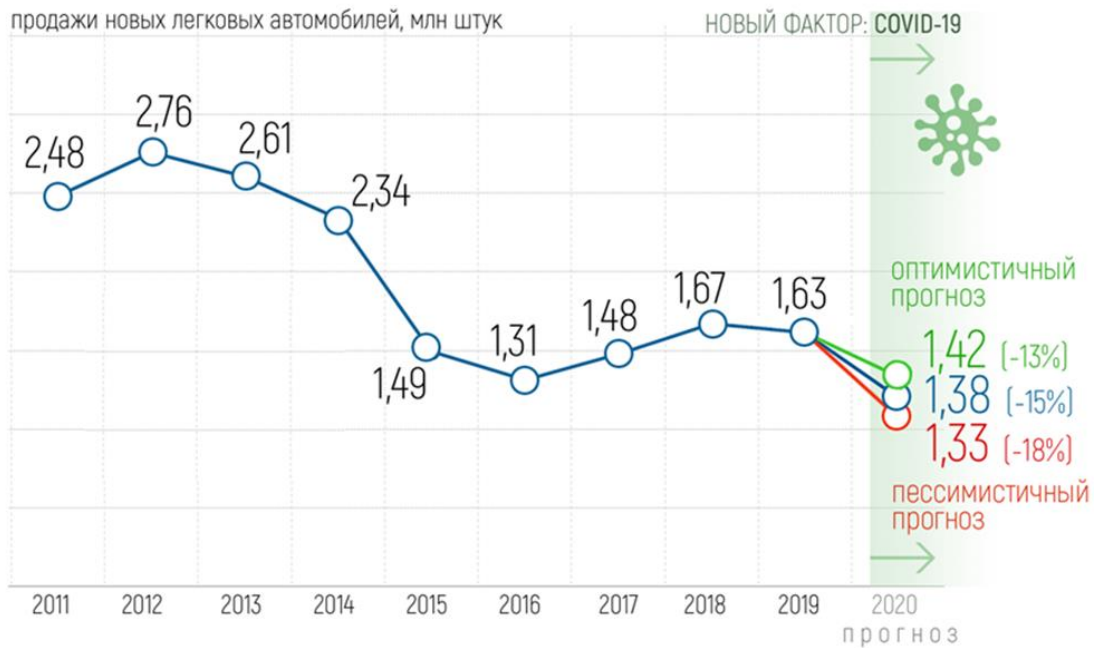
Рис. 14. Прогноз объема продаж на российском рынке легковых автомобилей на период 2020–2026 гг., млн шт.

Как мы знаем, после того, как введенные в связи с пандемией ограничения начали сниматься, объем продаж на российском рынке восстановился, что заставило ряд экспертов пересмотреть свои прогнозы, снизив объемы ожидаемого спада продаж. Так, например, прогноз, сделанный специалистами Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) в тот момент, когда уже были известны результаты продаж легковых автомобилей на российском рынке за первое полугодие 2020 года, предусматривал снижение объемов реализации за январь–декабрь на 23% к итогам 2019 года¹³⁸.

Позже своим видением развития авторынка в России поделились эксперты Автостата. В соответствии с новым вариантом их прогноза, в 2020 году падение продаж новых легковых автомобилей в России будет находиться в диапазоне от 13 до 18% (к 2019 году), в зависимости от сценария развития ситуации. Фактические объемы продаж при этом составят от 1,33 (пессимистичный сценарий) до 1,42 млн автомобилей (оптимистичный сценарий) (см. рис. 15). В качестве основных экономических факторов, влияющих на продажи машин, со стороны Автостата были названы стоимость нефти, курс рубля, покупательская способность граждан, численность экономически активного населения, цены на автомобили и ряд других. Кроме того,

¹³⁸ <https://www.autonews.ru/news/5f0459579a7947763bd63152>

разумеется, был упомянут и фактор пандемия коронавируса. По которому сразу была сделана оговорка, что его «сложно просчитать с помощью привычных математических моделей». Что касается описания тех последствий, который вызвал своим появлением фактор пандемии, Автостат указывал на ограничение деятельности дилерских центров, изменение привычных схем взаимодействия с поставщиками и клиентами, необходимость внедрения новых технических и маркетинговых решений¹³⁹.



Источник: Автостат.

Рис. 15. Прогноз объема продаж на российском рынке легковых автомобилей на 2020 г., млн шт.

Обращает на себя внимание, что сделанный Автостатом прогноз был опубликован в октябре. Т.е. на тот момент уже были известны сведения о фактическом объеме продаж легковых автомобилей в России за первые три квартала 2020 года. Однако даже в этих условиях эксперты специализирующейся на авторынке аналитической компании не были готовы дать однозначный прогноз, предусмотрев значительную «вилку» в сценариях. Это лишний раз подтверждает тот высокий уровень неопределенности, в которой находится рынок.

Нужно отметить, что представленный Автостатом прогноз выглядит довольно оптимистичным на фоне прочих экспертных оценок. Так, например, в интервью журналу BRICS основатель калининградского производящего автомобили предприятия «Автотор» Владимир Щербаков высказался, что, по его мнению, по итогам всего 2020 года российский рынок легковых автомобилей может «упасть на 40%»¹⁴⁰.

¹³⁹ <https://www.autostat.ru/infographics/45952>

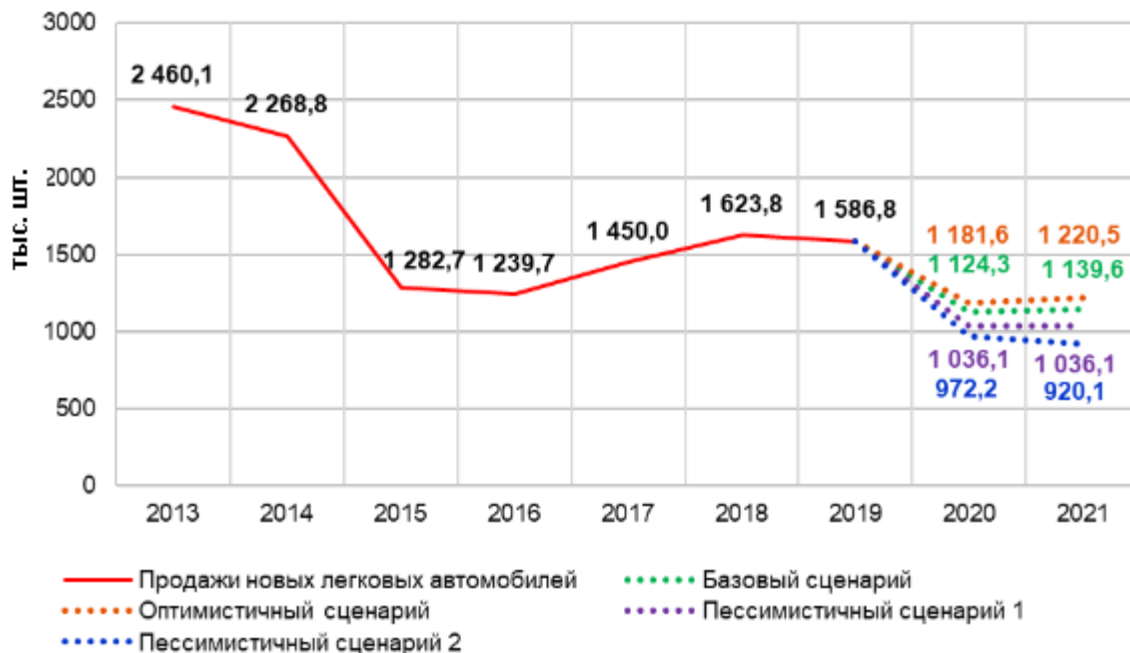
¹⁴⁰ <https://www.autostat.ru/news/45805>

Тот же масштаб падения предусматривает один из прогнозных сценариев, подготовленных в отношении российского рынка легковых автомобилей маркетинговым агентством Russian Automotive Market Research (Маркетинговое автомобильное агентство) (см. рис. 16).

В сопровождающем прогноз пресс-релизе¹⁴¹ агентство указывало, что сформировало четыре прогнозных сценария: базовый, оптимистичный и два пессимистичных.

Пессимистичный сценарий 1 предполагает, что основное отрицательное влияние текущей эпидемиологической и экономической ситуации придется на 2020 год. В следующем 2021 году в соответствии с этим сценарием ожидается постепенное восстановление экономики, связанное с ростом цен на нефть, укреплением национальной валюты, оживлением деловой активности.

Пессимистичный сценарий 2 предполагает возможную вторую волну эпидемии COVID-19, ожидаемую осенью 2020 – зимой 2021 годов, которая повлечет повторное введение ограничительных мер и снизит темпы восстановления экономики.



Источник: Russian Automotive Market Research.

Рис. 16. Прогноз объема продаж на российском рынке легковых автомобилей на 2020–2021 гг., тыс. шт.

Кроме того, агентство указывало, что при расчете обоих вариантов пессимистичного сценария прогноза учитывалось, что опережающие государственные закупки автотехники в 2020 году могут привести к снижению продаж автомобилей в 2021–2022 годах: восстановление спроса на автомобили в коммерческом секторе будет медленным и недостаточным для положительной динамики рынка, а спрос со стороны государственного сектора уже будет удовлетворен. От себя отметим, что если раньше тенденции коммерческого сегмента касались легкового автотранспорта

¹⁴¹ <https://www.napinfo.ru/press-releases/obnovleniye-prognoza-prodazh-novykh-avtomobiley-v-2020-2021-gg>

незначительно, то на сегодняшний день, с достигнутым уровнем развития такси и каршеринга, его влияние становится ощутимым.

В соответствии с прогнозной моделью Russian Automotive Market Research, по базовому сценарию, продажи новых легковых автомобилей в России в 2020 году снизятся на 29,1% по сравнению с 2019 годом и составят 1124,3 тыс. ед. По оптимистичному сценарию сокращение продаж составит 25,5%, по пессимистичному – 34,7%. При условии повторного введения ограничительных мер, связанных со второй волной COVID-19, снижение спроса может составить 38,7%.

Резюмируя все, описанное нами выше, мы можем констатировать, что 2020 год характеризуется расширением числа значимых факторов, оказывающих ощутимое влияние на итоговое состояние рассматриваемого нами рынка. И дело тут не ограничивается фактором пандемии, который, вероятно, стал основным. Помимо него, мы видим, что к 2020 году критически изменилась и структура потребления легковых автомобилей, которые все больше стали приобретаться для коммерческого использования. Соответственно, в структуре заметно большую долю стали занимать юридические лица. Этот процесс во многом стал следствием развития каршеринга и такси. При этом покупка автомобилей в кредит, которая определенно стала драйвером рынка в последние годы, скорее всего исчерпала себя, поскольку доля приобретаемых по этой схеме автомобилей и так достигла критической величины. В то же время пандемия в качестве стресс-фактора, в силу связанного с ней сокращения доходов у существенной доли граждан, скорее всего, выступит в качестве катализатора уже начавших активно складываться до нее тенденций в виде расширения совместного пользования автомобилем (каршеринг), более интенсивного использования населением городской транспортной инфраструктуры и такси, а также, где это возможно, отказа от автомобиля в пользу альтернативных, более экономичных транспортных средств (электросамокаты и т.п.). И это должно стать дополнительным, ограничивающим возможности для расширения продаж новых легковых автомобилей фактором.

Возвращаясь к 2020 году, мы наблюдали, как после отмены действовавших в апреле-мае ограничительных мер, сначала, в середине года, на росте продаж сказался фактор отложенного спроса, а затем, в сентябре, на фоне тенденции ослабления национальной валюты и опасений прихода второй волны пандемии, уже проявилось действие фактора «опережающего» спроса. Как писала, ссылаясь на директора по развитию компании «Рольф» Владимира Мирошникова «Российская газета», «нестабильность курса рубля является одним из ключевых факторов, которые сегодня стимулируют спрос на автомобильном рынке»¹⁴².

«Российская газета» также отмечала, что «по итогам продаж автомобилей в сентябре АЕВ несколько улучшила свой прогноз на 2020 год». Однако, по нашему мнению, причин для излишнего оптимизма в отношении российского рынка нет. Очевидно, что ситуация с покупательной способностью на нем скорее ухудшилась. Этому способствовало ослабление рубля с одновременным ростом цен на автомобили*. К тому же за всплеском продаж, обусловленным негативными ожиданиями граждан в отношении динамики покупательной способности их доходов и накоплений, закономерно должен следовать спад продаж. И вполне возможно, что динамика ноября-декабря 2020 года «компенсирует» рост сентября.

¹⁴² <https://rg.ru/2020/10/10/rossiiane-smetaiut-avtomobili-na-fone-rosta-cen.html>

* Об этом мы писали в главе, посвященной рынку.

Таким образом, наша позиция состоит в том, что, в случае отсутствия экстраординарных мер поддержки со стороны правительства, по итогам 2020 года продажи новых легковых автомобилей на российском рынке не превысят 1,40 млн ед. техники. Что касается последующей динамики, она крайне сложно прогнозируема. Как мы видим на примере специализирующихся на исследовании автомобильного рынка аналитических агентств, эксперты в настоящее время крайне неохотно дают свои оценки не только в отношении среднесрочной, но и на краткосрочную перспективу. При этом ими указывается на рост значимости и так крайне важной для рынка поддержки со стороны государства. И в этом смысле мы солидарны с мнением экспертов.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Отдельные моменты, касающиеся методологии статистических оценок и статистического учета в отрасли производства легковых автомобилей

При подготовке этого обзора нами использовались данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат), Минпромторга РФ, Международной организации производителей автомобилей (Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles, OICA), Немецкой ассоциации автомобильной промышленности (VDA), Европейской ассоциации автопроизводителей (ACEA), базы данных мировой торговли UN comtrade, специализирующихся на авторынке российских аналитических компаний «Автостат» и «АСМ-холдинг», ассоциации «Российские автомобильные дилеры» (РОАД) и пр. Дополнительно мы обращались к данным, непосредственно опубликованным самими компаниями-производителями. Что касается информации о российском экспорте и импорте, в качестве источника информации нами преимущественно были использованы данные ФТС России.

На момент написания обзора последним полностью завершенным годом был 2019 год. При этом важно отметить, что в 2017 году в системе учета Росстата произошел переход с действовавшего до того общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2001 (ОКВЭД)¹⁴³ на новый общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД 2)¹⁴⁴.

В соответствии с первым, действовавшим до 1 января 2017 года классификатором, в Росстате деятельность российских предприятий по выпуску легкового автотранспорта учитывалась по коду ОКВЭД 34.10.2 «Производство легковых автомобилей».

В новом, вступившем в действие в 2017 году классификаторе одноименному виду деятельности был присвоен код 29.10.2.

Аналогичные изменению классификации видов экономической деятельности преобразования затронули и учет продукции. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 года № 14-ст действовавший до 2017 года общероссийский классификатор продукции (ОКПД 2007) был отменен¹⁴⁵. И начиная с 01.01.2017 года на его смену пришел новый классификатор ОКПД 2.

Новый классификатор гармонизирован со Статистической классификацией продукции по видам деятельности в Европейском экономическом сообществе (КПЕС 2008). Однако он обладает меньшей по сравнению с ОКПД 2007 детализацией. В качестве примера мы приводим часть переходного ключа между ОКПД 2007 и ОКПД 2, который размещен в публичном доступе на сайте Министерства экономики РФ¹⁴⁶.

¹⁴³ http://base.garant.ru/185134/#block_400

¹⁴⁴ Приказ ФНС РФ № ммв-7-14/333@ (<https://www.consultant.ru/law/hotdocs/46716.html>). В соответствии с утвержденным Министерством юстиции приказом Федеральной налоговой службы России установлено, что виды экономической деятельности заявителя при регистрации юридических лиц с 11 июля 2016 года необходимо указывать в соответствии с новой редакцией ОКВЭД.

¹⁴⁵ Действие ОКПД 2007 продлевалось Приказами Росстата № 1745-ст и 1746-ст.

¹⁴⁶ <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/classificators>

ОКПД 2007		ОКПД 2	
Код	Наименование	Код	Наименование
34.10.2	Автомобили легковые	29.10.2	Автомобили легковые
34.10.21	Средства транспортные с двигателем с искровым зажиганием, с рабочим объемом цилиндров не более 1500 см ³ , новые	29.10.21	Средства транспортные с двигателем с искровым зажиганием, с рабочим объемом цилиндров не более 1500 см ³ , новые
34.10.22	Средства транспортные с двигателем с искровым зажиганием, с рабочим объемом цилиндров более 1500 см ³ , новые	29.10.22	Средства транспортные с двигателем с искровым зажиганием, с рабочим объемом цилиндров более 1500 см ³ , новые
34.10.23	Средства транспортные с поршневым двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем), новые	29.10.23	Средства транспортные с поршневым двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем), новые
34.10.24	Средства автотранспортные для перевозки людей прочие, не включенные в другие группировки	29.10.24	Средства автотранспортные для перевозки людей прочие
34.10.25	Автомобили легковые для перевозки людей, поддержанные		Соответствия не установлено (группировка исключена)

Что касается внешнеторговых операций, то учет трансграничной торговли легковыми автомобилями осуществляется в соответствии с классификацией ТН ВЭД, где рассматриваемая нами продуктовая группа находится в границах перечня кодов 870321-870390.

В соответствии с действующей классификацией, целевая для рынка группировка выглядит следующим образом:

Код ТН ВЭД	Наименование продуктовой группы
870321	Транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с искровым зажиганием и с возвратно-поступательным движением, с рабочим объемом цилиндров двигателя не более 1000 см ³
870322	Транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с искровым зажиганием и с возвратно-поступательным движением поршня, с рабочим объемом цилиндров двигателя более 1000 см ³ , но не более 1500 см ³
870323	Транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с искровым зажиганием и с возвратно-поступательным движением поршня, с раб. объемом цилиндров более 1500 см ³ , но не более 3000 см ³
870324	Транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с искровым зажиганием и с возвратно-поступательным движением поршня, с рабочим объемом цилиндров двигателя более 3000 см ³
870331	Прочие транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем) с рабочим объемом двигателя не более 1500 см ³
870332	Прочие транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем) с рабочим объемом цилиндров двигателя более 1500 см ³ , но не более 2500 см ³
870333	Прочие транспортные средства с двигателем внутреннего сгорания с воспламенением от сжатия (дизелем или полудизелем) с рабочим объемом цилиндров двигателя более 2500 см ³
870390	Прочие автомобили легковые и прочие моторные транспортные средства, предназначенные для перевозки людей, включая грузо-пассажирские автомобили-фургоны и гоночные автомобили