

ISSN 2311-8768 (Online)

ISSN 2073-4484 (Print)



ВЫХОДИТ 4 РАЗА В МЕСЯЦ

ФИНАНСОВАЯ[®] АНАЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ СБОРНИК

2016 выпуск 32
АВГУСТ

**FINANCIAL[®]
ANALYTICS**

SCIENCE AND EXPERIENCE

A peer reviewed analytical and practical journal
2016, August
Issue 32

ФИНАНСОВАЯ[®] АНАЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Научно-практический
и информационно-аналитический сборник

Основан в 2007 году
Выходит 4 раза в месяц
Статьи рецензируются

Рекомендован ВАК Минобрнауки России
для публикации научных работ, отражающих
основное научное содержание
кандидатских и докторских диссертаций
Реферируется в ВИНТИ РАН
Включен в Российский индекс научного цитирования
(РИНЦ)
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-66230
от 01 июля 2016 г. выдано Федеральной службой
по надзору в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций
Предыдущее свидетельство о регистрации
ПИ № ФС 77-29584 от 21 сентября 2007 г. выдано
Федеральной службой по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны культурного наследия

Цель журнала – предоставить возможность научному и бизнес-сообществу публиковать оригинальные результаты своих исследований, привлечь внимание к перспективным и актуальным направлениям экономической науки, усилить обмен мнениями между научным и бизнес-сообществом России и зарубежных стран

Главная задача журнала – публикация оригинальных теоретических и научно-практических статей, освещающих актуальные вопросы макро- и микроэкономики, методологию и содержание банковской и финансовой аналитики, мониторинг и прогнозирование экономического потенциала

Учредитель

ООО «Информационный центр «Финансы и Кредит»
Юр. адрес: 123182, г. Москва, ул. Авиационная, 79-480
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10

Издатель

ООО «Финанспресс»
Юр. адрес: 105005, г. Москва, Посланников пер., д. 3, стр. 1
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20

Редакция журнала

Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10
Тел.: +7 (495) 989-9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: http://fin-izdat.ru

Генеральный директор **В.А. Горохова**
Управляющий директор **А.К. Смирнов**
Директор по стратегии **А.А. Ключкин**

Главный редактор **Ю.А. Кузнецов**, доктор физико-математических наук, профессор,
Нижний Новгород, Российская Федерация

Зам. главного редактора
С.Н. Голда, Москва, Российская Федерация
В.И. Попов, Москва, Российская Федерация

Редакционный совет

М.В. Грачева, доктор экономических наук, профессор, Москва,
Российская Федерация
А.В. Гукова, доктор экономических наук, профессор, Волгоград,
Российская Федерация
Д.А. Ендовицкий, доктор экономических наук, профессор, Воронеж,
Российская Федерация
В.М. Заернюк, доктор экономических наук, профессор, Москва,
Российская Федерация
В.С. Левин, доктор экономических наук, профессор, Оренбург,
Российская Федерация
А.С. Макаров, доктор экономических наук, доцент, Нижний Новгород,
Российская Федерация
Я.С. Матковская, доктор экономических наук, доцент, Волгоград,
Российская Федерация
Э.В. Пешина, доктор экономических наук, профессор, Екатеринбург,
Российская Федерация
С.В. Ратнер, доктор экономических наук, доцент, Москва,
Российская Федерация
Е.А. Федорова, доктор экономических наук, профессор, Москва,
Российская Федерация

Ответственный секретарь **И.Л. Селина**
Перевод и редактирование **О.В. Яковлева**, **И.М. Комарова**
Верстка и дизайн **С.В. Голосовский**
Контент-менеджеры **В.И. Романова**, **Е.И. Попова**
Менеджмент качества **Е.И. Попова**, **А.В. Бажанов**
Корректоры **О.А. Ковалева**, **В.А. Нерушев**
Подписка и реализация **Т.Н. Дорохина**

Подписано в печать 26.08.2016
Выход в свет 30.08.2016
Формат 60х90 1/8. Объем 7,5 п.л. Тираж 1 170 экз.
Отпечатано в ООО «КТК»
Юр. адрес: 141290, Российская Федерация, Московская обл., г. Красноармейск,
ул. Свердлова, д. 1
Тел.: +7 (496) 588-0866

Подписка

Агентство «Урал-Пресс»
Агентство «Роспечать» – индекс 80628
Объединенный каталог «Пресса России» – индекс 44368
Свободная цена

Журнал доступен в EBSCOhost™ databases
Электронная версия журнала: <http://elibrary.ru>, <http://dilib.ru>, <http://biblioclub.ru>

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе
в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции

Редакция приносит извинения за случайные грамматические ошибки

© ООО «Информационный центр «Финансы и Кредит»

СОДЕРЖАНИЕ

МОНИТОРИНГ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Тётушкин В.А. Маркетинговый анализ рынка
автомобилей в условиях экономического кризиса 2

ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ

Никулина О.В., Мирошниченко О.В. Сравнительный
анализ особенностей финансирования
инновационной деятельности компаний
нефтегазового комплекса в мировой экономике 23

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Пудова Д.О. Оценка экономической эффективности
линкеров: обзор методологии 40

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Федорова Е.А., Николаев А.Э. Экономическая оценка
эффективности введенных санкций для
отечественных предприятий 51

FINANCIAL ANALYTICS®

SCIENCE AND EXPERIENCE

ISSUE 32
AUGUST 2016

A peer reviewed information and analytical journal

Since 2007
4 issues per month

The journal is recommended by VAK (the Higher Attestation Commission) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matter of theses for advanced academic degrees

Indexing in Referativny Zhurnal VINITI RAS
Included in the Russian Science Citation Index (RSCI)
Registration Certificate ПИ № ФС77-66230
of July 01, 2016 by the Federal Service for
Supervision of Communications, Information Technology,
and Mass Media

Previous Registration Certificate ПИ № ФС 77-29584
of September 21, 2007 by the Federal Service
for Supervision in Mass Media, Communications
and Cultural Heritage Protection

The objective of the journal is to provide an opportunity to the scientific and business community to publish original research findings, draw attention to promising and important fields of economic science, strengthen the comprehensive and useful exchange of views between the scientific and business communities in Russia and abroad

The journal's main task is to publish original theoretical and practical articles covering topical issues of macro- and microeconomics, methodology and content of the banking and financial analysis, monitoring and forecasting of economic potential

Founder

Information center Finance and Credit, Ltd.
Office: 123182, Aviatsionnaya St., 79-480, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Publisher

Financepress, Ltd.
Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Editorial

Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: <http://www.fin-izdat.ru>

Director General **Vera A. Gorokhova**
Managing Director **Aleksey K. Smirnov**
Chief Strategy Officer **Anton A. Kiyukin**

Editor-in-Chief **Yurii A. Kuznetsov**, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Deputy Editors
Sergei N. Goida, Moscow, Russian Federation
Viktor I. Popov, Moscow, Russian Federation

Editorial Council

Marina V. Gracheva, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
Al'bina V. Gukova, Business School Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation
Dmitrii A. Endovitskii, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation
Viktor M. Zaernyuk, Russian State University for Geological Prospecting, Moscow, Russian Federation
Vladimir S. Levin, Orenburg State Agrarian University, Orenburg, Russian Federation
Aleksei S. Makarov, National Research University – Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation
Yana S. Matkovskaya, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation
Evelina V. Peshina, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russian Federation
Svetlana V. Ratner, Trapeznikov Institute of Control Sciences RAS, Moscow, Russian Federation
Elena A. Fedorova, Financial University under Government of RF, Moscow, Russian Federation

Executive Editor **Inna L. Selina**
Translation and Editing **Olga V. Yakovleva**, **Irina M. Komarova**
Design **Sergey V. Golosovskiy**
Content Managers **Valentina I. Romanova**, **Elena I. Popova**
Quality Management **Elena I. Popova**, **Andrey V. Bazhanov**
Proofreaders **Oksana A. Kovaleva**, **Viktor A. Nerushev**
Sales and Subscription **Tatiana N. Dorokhina**

Printed by KTK, Ltd., 141290, ul. Sverdlova, 1, Krasnoarmeysk, Russian Federation
Telephone: +7 496 588 0866
Published August 30, 2016. Circulation 1 170

Subscription

Ural-Press Agency
Rospechat Agency
Press of Russia Union Catalogue

Online version

EBSCOhost™ databases
Scientific electronic library: <http://elibrary.ru>
University Library Online: <http://biblioclub.ru>

Not responsible for the authors' personal views in the published articles

This publication may not be reproduced in any form without permission

All accidental grammar and/or spelling errors are our own

© Information center Finance and Credit, Ltd.

CONTENTS

MONITORING OF ECONOMIC PROCESSES

- Tetushkin V.A.* A marketing analysis of the car market under economic crisis 2

INNOVATION AND INVESTMENT

- Nikulina O.V., Miroshnichenko O.V.* A comparative analysis of the specifics of financing of oil and gas companies' innovative activities in the world economy 23

FINANCIAL INSTRUMENTS

- Pudova D.O.* Evaluating the economic efficiency of linkers: The methodology overview 40

ECONOMIC POLICY

- Fedorova E.A., Nikolaev A.E.* Economic evaluation of the effective strength of sanctions imposed on Russian domestic enterprises 51

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Владимир Александрович ТЁТУШКИН

кандидат технических наук, доцент кафедры экономического анализа и качества,
Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация
volodtetus@yandex.ru

История статьи:

Принята 03.08.2016
Принята в доработанном виде
15.08.2016
Одобрена 26.08.2016

УДК 339.12

JEL: D12, L62, L91, M31

Аннотация

Предмет и тема. Предметом исследования является рынок легковых автомобилей. Тема – маркетинговый анализ рынка автомобилей в условиях экономического кризиса в Российской Федерации.

Цели. Объединение разрозненных фрагментов с данными, содержащимися в открытых источниках для получения объема информации, позволяющего лучше понять взаимозависимости между игроками рынка автомобилей в РФ и за рубежом и спрогнозировать дальнейшее развитие и возможные последствия для автобизнеса и населения.

Методология. В работе с помощью эконометрических и статистических методов проанализированы аспекты влияния кризиса на рынок автомобилей.

Результаты. Представлены аналитические данные, отражающие показатели рынка легковых автомобилей, а также выявлены возможные тенденции их изменения.

Область применения. Научные исследования для студентов и преподавателей, а также в качестве рекомендаций для автомобильных или других предприятий и организаций.

Выводы. Парк легковых автомобилей России стабильно находится в первой пятерке мировых лидеров. Резкое снижение реальных розничных продаж легковых автомобилей – типичное «защитное» поведение населения в кризисный период, когда наблюдается отказ от покупок легковых автомобилей и смещение спроса в сторону бюджетных вариантов. Продажи автомобилей в России в 2015 г. сильнее всего упали в среднеразвитых регионах. За 10 лет до кризиса 2008–2009 гг. душевой ВВП по паритету покупательной способности в России вырос более чем в 2 раза, а импорт легковых автомобилей – в 10 раз.

Ключевые слова: кризис,
маркетинг, анализ, автомобиль,
рынок

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2016

Введение

Маркетинговый рынок пользуется большим спросом у крупных бизнесменов и предпринимателей, ведь им необходимо знать динамику спроса на автомобили различных марок. Также рынок пользуется спросом у средних предпринимателей, которые открывают свои автосалоны, им необходимо знать спрос на марки автомобилей, чтобы формировать свой ассортимент. Автомобильный рынок показывает стабильный рост. В настоящее время объем российского рынка оценивается более 200 млрд долл. Российский рынок считается самым перспективным бизнесом в мире. Вместе с поддержанными автомобилями емкость рынка в настоящее время составляет не менее 5 млн автомобилей. На маркетинговом рынке автомобилей можно выделить три крупных сегмента. Также их можно разделить по денежным потокам на каждый из сегментов:

- 1) грузовые автомобили (включительно и микрогрузовые) – 42 млрд долл.;
- 2) легковые автомобили (включительно и микроавтобусы) – 100 млрд долл.;
- 3) автобусы – 40 млрд долл.

Таким образом, большим преимуществом пользуются легковые автомобили, но не стоит забывать, что в основном продаются поддержанные машины частниками, и эти деньги не выходят на рынок. А грузовые автомобили и автобусы в основном покупаются новыми. В большей степени спросом пользуется импортная техника – это говорит о ее качестве и в последние годы снизившейся цены.

Легковые автомобили. Объем сегментного рынка составляет 170 млрд долл. Он привлекателен для всех игроков автомобильного рынка, от частных предпринимателей, до больших автоконцернов. Трендом рынка оказалось снижение цен на

автомобили и выгодные условия кредита. Подсегментами этого рынка являются:

- автомобили отечественного производства – 20%;
- иномарки – 80%.

В большой степени преобладают иномарки, и в последующие пять лет их процент будет расти, что приведет к снижению производства отечественных автомобилей. Снижение цен на европейские и отечественные автомобили произошло еще из-за выхода на рынок китайских моделей автомобилей, в особенности Chery.

Проанализируем рынок по маркам автомобилей: Opel – 3%, KIA – 3%, Daewoo – 3%, Mazda – 4%, Honda – 4%, Renault – 5%, Mitsubishi – 6%, Nissan – 7%, Toyota – 10%, Hyundai – 10%, Ford – 11%, Chevrolet – 14%, другие – 20%.

Проведем анализ научной литературы по исследуемой тематике.

В статье Нуреева Р. и Кондратова Д. [1] рассматривается мировой рынок легковых автомобилей до и после кризиса, особенности его роста за последние 20 лет, исследуется структура мирового производства транспортных средств и поведение крупнейших производителей. Также в работе [2] рассматривается рынок легковых автомобилей до и после кризиса, особенности его роста на рубеже веков, исследуются мировое производство транспортных средств по сегментам и крупнейшие компании-производители. Рассматривается, как современный кризис повлияет на передел мирового рынка автомобилей и тенденции его развития (в страновом и ценовом аспектах). Рынок легковых автомобилей России проанализирован Зарубиным А. [3]. В работе [4] Ходченко С.С. исследует основные тенденции и показатели развития российского автомобильного рынка, анализирует элементы структуры его предложения и выявляет современные особенности функционирования. Приведенные Кобцевым В.А. направления по оптимизации производственных затрат, позволяющие странам, в экономике которых автомобильные отрасли занимают ведущее положение, для смягчения последствий потребительского кризиса использовать различные инструменты [5]. Самыми распространенными являются кредиты

производителям автомобилей – на производство, на расчеты с поставщиками, на внедрение экологических технологий. Последствиям и мерам по выходу из кризиса в российской автомобильной промышленности в 2008–2010 гг. посвящена статья [6]. Автор раскрывает причины кризисной ситуации в российской автомобилестроительной отрасли в конце 2000-х гг., меры, предпринятые российскими экономическими властями для преодоления последствий кризиса, а также описаны результаты принятия этих мер, выражающиеся в объемах производства в российском автомобилестроении во время кризиса и после него. В своем исследовании [7] Загребельная Н.С. проводит анализ российского рынка легковых автомобилей; рассматривает динамику объемов продаж на этом рынке за период 2008–2014 гг.; показывает влияние экономических санкций, введенных США и странами Западной Европы в отношении России, на развитие данного рынка.

В статье [8] проанализированы причины и последствия выхода на российский рынок китайских автопроизводителей с 2008 по 2015 г., обоснованы мотивы налаживания собственного производства «китаемобилей» в России. Анализирует и оценивает место компании на рынке легковых автомобилей Подхалюзина В.А. в работе [9]. Основные причины падения продаж автомобилей на российском рынке рассматриваются в исследовании [10]. В 2013 г. по сравнению с 2012 г. российский автомобильный рынок снизился на 5%, или на 161 342 шт. проданных новых легковых и легких коммерческих автомобилей (данные Комитета автопроизводителей АЕБ) [11].

В статье [12] проанализирована деятельность по формированию корпоративного бренда торговыми посредниками на рынке легковых автомобилей; выявлены основные причины, мотивирующие предприятия розничной торговли легковыми автомобилями формировать корпоративные бренды, и основные стратегические цели, которых можно достичь с их помощью.

Причины и процесс разработки нового бренда компании, специализирующейся на предоставлении услуг аренды автомобилей на российском рынке рассматривается Разумовым И.Н. в работе [13].

Здесь описывается деятельность отдела маркетинга и организации продаж ООО «Астра-Рент» в сотрудничестве с рекламным агентством Art-Com/Worldwide Partners по созданию новой торговой марки RAIDEN для российской прокатной компании. В статье [14] рассматривается кредитование покупателей, как способ маркетинговой поддержки продаж легковых автомобилей в период кризиса. Российский автомобильный рынок и поддерживавший его рост рынок автокредитования существенно сократились, кризис отбросил их к уровню 2004–2005 гг. Среди важнейших задач, решение которых помогло бы дилерам и производителям смягчить потери от кризиса, авторы выделяют внедрение программ льготного кредитования.

Изложенные в Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года¹ (далее – Стратегия) прогнозные оценки содержат риски, и без их соответствующего анализа цель Стратегии может оказаться недостижимой. Теоретические исследования показали, что на российском рынке легковых автомобилей высокая интенсивность конкуренции и низкая насыщенность рынка [15]. Исследуя рынок легковых автомобилей России, А.Н. Козин [16] говорит о применении деловой информации из открытых источников в исследовании рынка; показывает подход к проблеме повышения эффективности поиска экономических данных в Интернете. В статье [17] рассмотрены основные тенденции развития рынка легковых автомобилей в России как в целом за исследуемый период (2005–2009 гг.), так и по выделенным двум периодам (2005–2008 гг. и 2008–2009 гг.), выявлены факторы, повлиявшие на динамику автомобильного рынка. Объективный анализ российского рынка автомобилей и автосервисных услуг проведен в исследовании [18]. Здесь также осуществлен анализ производства и продаж автомобилей на территории РФ, рассмотрены факторы, влияющие на рынок автотранспортных услуг. Состояние отечественного рынка легковых автомобилей рассмотрено Макаренко А.В. в работе [19]. Им

предложены механизмы развития стратегии производства и стимулирования спроса внутри страны. В статье [20] проведено системное исследование современного мирового рынка легковых автомобилей; выявлены основные тенденции и закономерности развития мирового авторынка; определены факторы, влияющие на сложившуюся социально-экономическую ситуацию на авторынках конкретных регионов, а также на краткосрочные и долгосрочные перспективы их развития.

Маркетинговый анализ международного сравнения рынков автомобилей

По данным Международной организации автопроизводителей (OICA), парк легковых автомобилей России стабильно находится в первой пятерке мировых лидеров, к 2014 г. почти достигнув уровня Германии и отставая только от США, Китая и Японии. Тем не менее по душевым показателям Россия отстает от Германии и других европейских стран (в том числе восточноевропейских, например Польши) в 1,5–2 раза (табл. 1). От США (если внести в статистику поправку на легковые внедорожники, учитываемые в США как легкие грузовики) Россия также отстает почти в два раза. По уровню автомобилизации относительно дорог с твердым покрытием Россия лишь немного уступает США, однако это связано в основном с превосходящими уровнем и масштабами развития дорожной инфраструктуры в США.

Что касается пробега легковых автомобилей, то по России есть только отдельные экспертные оценки. Они показывают, что средний пробег в России составляет 16,7 тыс. км/год (в 2010 г.), что несколько выше, чем в развитых странах Европы и Азии (в Германии, Великобритании, Франции – 13–15 тыс. км/год (в 2008–2010 гг.), в Японии – 9 тыс. км/год, но ниже, чем в США – около 18–19 тыс. км/год (2010–2014 гг.). Рост автомобилизации ведет не только к необходимости развития инфраструктуры (городской и региональной), но и к обострению отдельных проблем в смежных сферах. Так, в России в дорожно-транспортных происшествиях (ДТП) ежегодно погибает 27–28 тыс. чел. (в 2015 г. произошло снижение числа погибших до 23 тыс. чел.). За последние 17 лет из-за

¹ Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года: приказ Минпромторга России от 23.04.2010 № 319 (в ред. приказа Минпромторга России от 27.12.2013 № 2155).

происшествий на дорогах страна потеряла более полумиллиона человек. По относительному числу погибших в ДТП на 100 тыс. легковых автомобилей Россия при сопоставимых пробегах в три раза превышает показатели США и Польши, в 7,5 раза – уровень Германии. При этом эксперты отмечают очень высокую долю погибших среди всех пострадавших в ДТП в России – почти 10% против 1–2% в Германии, США и других развитых странах, что может быть связано с проблемами со своевременностью и качеством оказания экстренной медицинской помощи при ДТП в России.

Анализ динамики потребления. Парк легковых автомобилей

Рост личного потребления в России в условиях высокой нефтяной ренты в 2010–2014 гг. приблизил образ жизни населения к более развитым странам и создал новую ситуацию на автомобильном рынке. Согласно опросам Росстата об уровне жизни домохозяйств, обеспеченность населения автомобилями существенно возросла с начала 2000-х гг. (рис. 1). Если в 2001 г. на 100 домохозяйств в среднем приходилось 27 легковых автомобилей (такой же показатель в этом году был по велосипедам), то в 2006 г. – уже 35 автомобилей. Затем произошел «автомобильный бум»: к 2011 г. на 100 семей приходилось уже 50 автомобилей. По последним данным опроса 2014 г., на 100 российских домохозяйств приходится уже 61 автомобиль и 25 велосипедов. Популярность велосипедов постепенно возвращается после спада в середине 2000-х гг.

Значительное увеличение парка легковых автомобилей в России отмечает и ГИБДД МВД России, приводя статистику транспортных средств, стоящих на учете (табл. 2). Число легковых автомобилей (в среднем 75–80% от общего числа транспортных средств в России) за 6 лет выросло на треть – с 33 млн шт. в 2009 г. до 44 млн шт. в 2015 г., причем половину автопарка составляют автомобили иностранных марок. Более четверти всех иномарок (5,6 млн автомобилей) собрано на территории России.

Динамика приобретения легковых автомобилей

Покупки легковых автомобилей были важнейшей составляющей потребительского бума

2010–2014 гг. (как и в 2002–2008 гг.). По данным Euromonitor, на них пришлось 35–45% всех затрат на товары длительного пользования (далее – ТДП). В ходе кризиса 2008–2009 гг. население в первую очередь отказалось именно от приобретения автомобилей. Расходы на ТДП в 2009 г. сократились на 470 млрд руб. по сравнению с 2008 г. в основном за счет уменьшения расходов на приобретение транспортных средств (на 468 млрд руб.). В последующие несколько лет доля расходов на ТДП в общих расходах, а также доля расходов на транспортные средства в расходах на ТДП, стабилизировались (рис. 2).

Темпы прироста розничных продаж легковых автомобилей в постоянных ценах начали замедляться еще в 2013 г. В 2010–2012 гг. квартальные продажи росли в среднем на 15% в годовом выражении, в 2013 г. максимальный рост произошел в IV квартале – на 11% (рис. 3). В 2014 г. проявились первые признаки спада: во II квартале было продано на 8% автомобилей меньше, чем во II квартале 2013 г. В 2015 г. вслед за падением реальных располагаемых доходов населения уменьшились продажи легковых автомобилей, причем значительно сильнее, чем непродовольственные товары в целом. «Защитное» поведение населения в кризис проявляется в более резком, чем падение реальных доходов, сокращении расходов на покупки.

Продажи легковых автомобилей в рублевом выражении сократились в первую очередь за счет меньшего числа приобретаемых машин (рис. 4). В 2014 г. положительная динамика покупок наблюдалась только в отдельные месяцы для отдельных категорий. Например, в декабре 2014 г. было приобретено на 3 тыс. больше иномарок (в это число входят и иномарки, произведенные в России), чем в декабре 2013 г. На протяжении всего 2015 г. как по отечественным, так и по иностранным маркам автомобилей объем продаж снижался. Наихудшие значения продаж отмечались по иномаркам во II и IV кварталах 2015 г. – на 50–60% ниже, чем в аналогичные кварталы 2014 г. В январе – марте 2016 г. спад на рынке продолжался, и только в апреле на 8% выросли продажи автомобилей российских марок – возможно, население переключается на более бюджетные варианты автомобилей. Например, в апреле 2016 г. впервые за два года была

зафиксирована положительная динамика (в годовом выражении) по продажам автомобилей Lada. Они выросли на 7,8% по сравнению с апрелем 2015 г., позволив этой марке увеличить свою долю на российском рынке до 20%.

В 2014 и 2015 гг. при снижении доли автомобилей российских марок в структуре стоимостных объемов розничных продаж выросла доля автомобилей иностранных марок, собранных на территории России. По данным Росстата, рост составлял с 26% в 2013 г. до 29% в 2014 г. и до 33% в 2015 г. Прогнозы будущего спроса россиян на автомобили пессимистичны. Например, ранее консалтинговая компания BCG прогнозировала, что к 2020 г. объем рынка легковых автомобилей в России достигнет 3,5–4 млн шт. в год (по сравнению с 1,5 млн шт. в год в 2015 г.), однако в текущем году этот прогноз был снижен до 1,9 млн шт. в год. Похожий прогноз в 2,2 млн шт. к 2020 г. сделала в феврале 2016 г. компания PwC.

В этой ситуации важен стабильный спрос на произведенные внутри страны автомобили в течение еще нескольких лет с тем, чтобы поддерживать отрасль. При сохранении традиционных драйверов приобретения автомобилей (взамен изношенной старой, в качестве статусного товара или «первой машины» у молодежи) могут также появиться новые специфичные для кризисной ситуации драйверы, например переключение на внутренний туризм с использованием личного транспорта. «Защитное» откладывание покупок новых автомобилей в ходе спада может в дальнейшем вызвать также больший спрос на запасные части и ремонт.

Анализ региональной специфики рынка автомобилей

Динамика продаж легковых автомобилей несколько различается по регионам России (рис. 5). Наиболее глубокий спад происходит в среднеразвитых регионах, которые испытывали бум роста и покупок в предкризисные годы, хотя, судя по средним расходам на одного человека, в этих регионах в основном приобретались бюджетные автомобили. Это подтверждается данными аналитического агентства «Автостат», согласно которым в 48 регионах России, включая большинство среднеразвитых, лидером по продажам является российская модель Lada Granta.

Анализ данных с учетом сезонной корректировки демонстрирует небольшое восстановление продаж (в ценах 2012 г.) в финансово-экономических центрах и развитых регионах в конце 2015 г. Менее развитые регионы в отличие от других типов не показали существенного спада продаж – они остаются неизменно невысокими. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. сократились душевые расходы на приобретение легковых автомобилей во всех типах регионов (табл. 3), при этом наиболее существенно – в сырьевых экспортно ориентированных регионах (на 29%).

В 2015 г. показатель остается самым высоким в столичных регионах – 13 тыс. руб. на душу населения по сравнению с 8 тыс. руб. в среднем по России.

Производство (и импорт) легковых автомобилей в России

Рост благосостояния населения после кризиса 1998 г. ознаменовался увеличением спроса на все группы товаров, в частности на легковые автомобили. Внутреннее производство в то время было представлено заводами «АвтоВАЗ» в Самарской области и «Автотор» в Калининградской области (сборка автомобилей BMW и KIA). Производственных мощностей внутри страны не хватало для удовлетворения растущих потребностей населения в легковых автомобилях, также наблюдался недостаток модельного ряда легковых автомобилей, производимых внутри страны. Рост доходов населения и улучшение уровня жизни, с одной стороны, и инерционное развитие компании «АвтоВАЗ», с другой, привели к росту спроса на автомобили иностранных марок и, как следствие этого, к увеличению их импорта.

За 10 лет до кризиса 2008–2009 гг. душевой внутренний валовой продукт по паритету покупательной способности в России вырос более чем в два раза, выросла и покупательная способность населения. За тот же период импорт легковых автомобилей (новых и подержанных) увеличился почти в 40 раз – с 51 тыс. шт. в 1999 г. до почти 2 млн шт. в 2008 г. Экономический кризис и повышение в январе 2009 г. ввозных пошлин на автомобили возрастом до трех лет с 25 до 30% негативно отразились на динамике импорта автомобилей – за 2009 г. число

импортируемых машин (новых и подержанных) снизилось в 4 раза, до 520 тыс. шт. После кризиса 2008–2009 гг. объем импорта легковых автомобилей так и не восстановился: максимальное значение за период было достигнуто в 2011 г. и составило чуть более 1 млн шт., что почти в 2 раза меньше, чем в 2008 г.

Причиной резкого снижения импорта легковых автомобилей стало не только замедление экономики, но и увеличение внутреннего производства. В 2005 г. Минэкономразвития России своим приказом ввело режим промышленной сборки. Это облегчило мировым автопроизводителям ввоз в Россию комплектующих и их сборку на территории страны, поскольку таможенные пошлины и транспортные расходы на автомобильные компоненты ниже, чем на готовую продукцию. В результате в 2007 г. в России введено сразу четыре автомобильных завода, в том числе таких крупных мировых производителей, как Volkswagen, Hyundai и Toyota. Открытие этих заводов увеличило внутреннее производство и способствовало снижению импорта, поэтому даже в период восстановления потребительского спроса в 2010–2013 гг. импорт не приблизился к предкризисному уровню (рис. 6).

Рост покупок легковых автомобилей традиционно происходит весной и осенью, а в январе покупки, наоборот, «замирают». Динамика импорта также соответствует этой тенденции. Анализ месячных объемов импорта легковых автомобилей с 2012 г. указывает на заметное уменьшение количества импортируемых автомобилей с середины 2014 г. Наименьший объем импорта за последние годы был зафиксирован в январе 2016 г. – 11 тыс. шт. (для сравнения: в январе 2015 г. импорт составил 26,7 тыс. шт.). Основными торговыми партнерами России по импорту легковых автомобилей являются страны дальнего зарубежья, в докризисный период их доля составляла около 90%, однако начиная с 2014 г. она увеличилась до 95–98%. Так, из стран дальнего зарубежья в марте 2016 г. было импортировано 23 тыс. автомобилей, а из стран СНГ – всего 0,6 тыс. (рис. 7). Во многом это связано со снижением спроса на марку Daewoo Nexia, производимую в Узбекистане, – бывшего лидера среди импортируемых Россией из стран

СНГ иномарок, и уходом с рынка в 2015 г. марки Opel Mokka, собираемой в Беларуси.

До кризиса 2008 г. в России наблюдался плавный рост производства автомобилей (рис. 8). Текущий спад в отрасли принципиально отличается от кризиса 2008–2009 гг. Падение производства тогда было более резким: в январе 2009 г. уровень производства был сразу на 80% (то есть в 5 раз) ниже, чем в январе 2008 г. Восстановление после кризиса 2008 г. также было стремительным: уже в марте 2011 г. объем производства был выше, чем до кризиса.

В период текущего кризиса заметный спад автомобильного производства в России начался уже в середине 2014 г., однако бум покупок товаров длительного пользования в конце 2014 г. немного стимулировал увеличение производства. Тем не менее в дальнейшем общеэкономический кризис и девальвация валюты, повлекшая за собой рост цен на продукцию, привели к уменьшению спроса и, как следствие, снижению производства.

Падение рынка автомобилей могло быть более глубоким, однако благодаря государственным программам, вступившим в действие в 2015 г. (утилизации, автолизинга и льготного автокредитования), удалось поддержать спрос и замедлить падение производства.

В 2016 г. было принято решение о продлении программ с небольшими изменениями, например была увеличена максимальная стоимость автомобиля, доступного по программе льготного кредитования. Эта мера принята по причине увеличения стоимости автомобилей из-за девальвации рубля. Несмотря на государственную поддержку, основной проблемой российских производителей остается неполная загрузка мощностей. Особенно остро подобные проблемы испытывает «АвтоВАЗ», который является крупнейшим производителем легковых автомобилей в России с самого начала своей работы в 1970 г.

В условиях плановой экономики СССР и почти полного отсутствия иностранных конкурентов «АвтоВАЗ» успешно делил внутренний рынок с другими отечественными производителями. После распада СССР «АвтоВАЗ», как и многие другие

отечественные предприятия, не смог адаптироваться к новым тенденциям развития отрасли и изменившейся конфигурации спроса. Предприятие сохраняет стратегическое значение для Самарской области, являясь градообразующим предприятием для г. Тольятти (700 тыс. чел.) и обеспечивая рабочие места и социальную стабильность, поэтому даже в текущих условиях убыточности государством было принято решение о поддержке предприятия. Доля «АвтоВАЗа» в общем объеме продаж легковых автомобилей в России по данным за I квартал 2016 г. составила 18,9%, что соответствует аналогичному периоду предыдущего года. Объем продаж легковых автомобилей «АвтоВАЗом» за три месяца 2016 г. составил 56,9 тыс. шт., что на 17% меньше, чем за аналогичный период предыдущего года. При этом выручка сократилась на 26%, составив 38,4 млрд руб., а чистый убыток вырос в 47 раз, до 8,6 млрд руб. В целом российский авторынок сократился на 18%, поэтому снижение продаж «АвтоВАЗа» соответствует тенденциям рынка.

Положение автоконцерна вызывает опасения экспертов по причине снижения загрузки мощностей до уровня 20–30%. Также эксперты полагают, что по итогам 2016 г. компания останется убыточной. С 15 февраля 2016 г. сотрудников предприятия перевели на четырехдневную рабочую неделю, а на время майских каникул производство было приостановлено. При этом компания продолжает получать государственную поддержку. В соответствии с постановлением правительства Самарской области в текущем году по программе поддержки занятости «АвтоВАЗ» получит 182 млн руб.

Заключение

Что в настоящее время важнее автомобилисту – качество, статус либо просто иметь средство передвижения, ответы на возникающие вопросы способно дать только полноценное маркетинговое исследование автомобильного рынка. Он перенасыщен, однако люди продолжают продавать, покупать, обменивать машины на квартиры, и в обратном порядке, и в различных вариациях. При достаточно высокой конкуренции и содружестве автомобильных гигантов, которые

выпускают практически идентичные автомобили на идентичных платформах, все равно существуют приверженцы каких-либо определенных марок. Как правило, достаточные сведения об определенной марке автомобиля человек узнает из тематических периодических изданий, как в сети Интернет, так и на бумажных носителях. Фактически главным критерием покупки автомобиля будет являться возможность его сервисного обслуживания, а это гарантия большого срока службы автомобиля в будущем. Правильно же организовать маркетинговые ходы помогут исследования автомобильного рынка, которые смогут прояснить как и ценообразование на отдельные марки автомобилей, так и характеристики среднестатистического покупателя, готового взять потребительский кредит на эти цели.

Приобретение легковых автомобилей стало важной частью потребительского бума в России в 2010–2014 гг.: произошло значительное абсолютное увеличение парка машин, а также его обновление. Расширение автомобильного рынка в России вызвало рост производства, включая сборку внутри страны, и импорта. Рост покупок легковых автомобилей в России в последние 10–15 лет вывел страну на уровень обеспеченности на 1 км дорог с твердым покрытием, сравнимый с США. При этом относительные показатели погибших в ДТП в России существенно выше, чем в Европе и США, что требует принятия срочных мер в данной сфере. Быстрое падение спроса на легковые автомобили в 2015–2016 гг. идет с довольно высокого уровня, достигнутого в основном за счет нефтяной ренты, а не роста экономики. Социальное расслоение сказывается на структуре покупок легковых автомобилей – половину парка составляют иномарки, что для многих семей является элементом социального престижа. Ожидается, что потребность в обновлении парка и покупки престижных машин состоятельными людьми сохранятся и в будущем. Рост благополучия россиян за счет нефтяной ренты в 2010–2014 гг. и дальнейшее падение цен на энергоносители повлияли не только на динамику объемов импорта и сборки иностранных машин, но и на масштабы отечественного производства. В текущих условиях снижения реальных доходов населения и после