

УДК 338.1

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО
РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ****Багин Андрей Владиславович**

Магистрант

Уральский государственный экономический университет

Екатеринбург, Россия

Матвеева Алла Ивановна

Д.э.н., профессор

Уральский государственный экономический университет

Екатеринбург, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные вопросы положения автомобильного рынка России в условиях санкций и политики импортозамещения. Приводится анализ статистики по объемам производства, тенденций роста, производителям и поставщикам. Обозначены основные проблемы и возможные пути их преодоления.

Ключевые слова: автомобильный рынок, иностранные производители санкции, бренды, продажи.

**FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN AUTOMOBILE
MARKET IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS****Bagin Andrey Vladislavovich**

Undergraduate student

Ural State University of Economics Yekaterinburg, Russia

Matveeva Alla Ivanovna

Doctor of Economics, Professor

Ural State University of Economics Yekaterinburg, Russia

ABSTRACT

The article discusses the current issues of the Russian automotive market in the context of sanctions and import substitution policy. The analysis of statistics on production volumes, growth trends, manufacturers and suppliers is provided. The main problems and possible ways to overcome them are outlined.

Keywords: automotive market, foreign manufacturers sanctions, brands, sales.

Автомобильный рынок России в 2022 году столкнулся с серьезными испытаниями, сложность которых заключается в том, что с недавних пор странами «коллективного запада» были введены более 10 000 тысяч санкции в отношении Российской Федерации. Эти трудности сильно подорвали автомобильный рынок, и стране нужно принимать серьезные управленческие решения, чтобы не только сохранить отрасль, а еще и развивать ее в период санкционного давления. Европейские, Американские и Азиатские бренды показательно начали уходить с российского рынка, что конечно же отразилось на их репутации. Бренды потеряли свое Имя, потому что пропала гарантия от производителя, все трудности пали на дилеров, которые в свою очередь успешно адаптировались к новым реалиям.

Одной из главных проблем, конечно же стала логистика. Ведь ввоз в Россию никто не отменял, тут санкции бессильны, через несколько стран, а порой и напрямую, в Россию можно доставить любой автомобиль. С учетом курса валют, авто может выходить дешевле в несколько раз, чем ее бы заказывали у официального дилера, напрямую у производителя. Таким образом, в стране сложилась уникальная ситуация, когда дешевле и выгодней привезти авто из страны, которая ввела санкции против России.

На данный момент в российском автомобильном рынке сложилась такая ситуация, что если потребитель хочет приобрести новый автомобиль, который будет с гарантией от официального дилера, то это либо отечественные бренды, либо китайские. Из российского ассортимента имеются три производителя – ГАЗ, ЛАДА и УАЗ. Если брать только гражданские авто, которые люди покупают для личного пользования, то это в основном ЛАДА. УАЗ может выделиться лишь одной моделью – УАЗ патриот, все остальное – коммерческий транспорт.

Также в 2022 году Россия решила возродить бренд «Москвич», который не выпускался долгие годы. Возобновить производство как раз удалось на заводе ушедшего европейского бренда. Иностранцы активы перешли в государственную собственность, либо были выкуплены российским бизнесом. Так, например, Renault перешли в государственную собственность. Доля компании в АвтоВАЗе перешла ФГУП «НАМИ», а завод «Рено Россия» получила Москва. 100% акций ЗАО «Рено Россия» получило правительство столицы, а 67,69% акций автоконцерна АвтоВАЗ перешли в собственность ФГУП «НАМИ». При этом оставшиеся акции автоконцерна АвтоВАЗ пока сохраняет ГК «Ростех [4].

Как правило, такие сделки сопровождались условием обратного выкупа активов. Такая возможность есть в течение шести лет. В 2022 году официальными дилерами LADA реализовано 188 645 автомобилей. По собственной, оценке рыночная доля LADA в России составила 27,9% по итогам года, при этом в осенние месяцы доля рынка марки достигала 40% [5]. Китайский производитель на данный момент может представить в России примерно 10 брендов. Машины из КНР уже в январе 2023 года заняли 38% рынка [3]. Люди все чаще пересаживаются на новые марки, в первую очередь привлекает цена, она вполне адекватная, покупатели получают все те же функции, которые есть у премиальных европейских брендов.

Также есть и проблемы, с учетом истории, в обществе сложилось мнение, что если что-то произведено в Китае, то это зачастую некачественно и ненадежно. Поэтому Китай и привлекает новую аудиторию низкими ценами, чтобы люди смогли познакомиться с авто и сформировать мнение. Помимо этого, Минпромторг России одобрил ввоз в страну авто по параллельному импорту. Как правило, это коснулось всех брендов, которые объявили об уходе в 2022 году [1]. Данную инициативу подхватил частный бизнес, который успешно привозит авто из других стран. Это может быть Япония, США, Германия, Южная Корея, ОАЭ. В зависимости от курса валют приобретение авто может быть выгодным для

покупателя. Согласно санкциям ЕС в Россию запрещен ввоз автомобилей дороже 50 000 евро или 55 000 долларам [7].

России прошла первое испытание, в котором нужно было нормализовать поставки (логистику) автомобилей в страну. За следующие 2-3 года России нужно решить вопрос с запчастями. Это касается не только автомобильной промышленности, но и вообще всего производства в стране, от самолетов до станков. То, как будет развиваться эта сфера зависит от политической и экономической ситуации. Тандем России и Китая в целом сможет поддерживать данную отрасль, чтобы она смогла быть и развиваться.

Российский автомобильный рынок сегодня является динамическим и изменчивым. Он смог приспособиться к новым условиям, вызванным экономическими санкциями, и продолжает свой путь развития, несмотря на вызовы, с которыми сталкивается. Рынок продолжает расти и привлекать новых участников, а также развиваться и приспосабливаться к изменяющимся условиям. Тем не менее, чтобы поддерживать тенденцию роста, производители и поставщики должны оставаться внимательными и готовыми к принятию новых вызовов в будущем. Исходя из данных аналитического агентства «Автостат» на конец 2022 года и начало 2023 года сложилась такая ситуация. В России было куплено 628 281 новых легковых автомобилей, это на 58,7% меньше, чем в 21 году [2]. На данный момент рынок находится в состоянии упадка.

Статистика за 2021 год. Мировой авторынок вырос на 4,6%, а количество новых машин увеличилось до 81 миллиона. Российский рынок, то большую долю на нем занимают: – Европейские – 28% – Корейские – 24% – Российские – 23% – Японские – 15% [8]. Лидерство на российском авторынке занимает отечественная марка LADA, показатель продаж которой за прошедший год составил 174 688 экземпляров, получилось падение на 48,2%. В результате доля LADA оказалась равной 27,9%. Корейские бренды Kia (65 691 шт.) и Hyundai (54 017 29 шт.), которые показали еще большее падение (на 67% и 66% соответственно) [6].

В ТОП-10 марок почти все имеют отрицательную динамику, а в «плюсе» оказался только китайский Geely (+8,4%). Сильнее других в объемах рынка потерял немецкий Volkswagen (-77,2%), а меньше всего – китайский Chery (- 2%). В модельной структуре российского рынка по итогам 2022 года лидирует отечественная LADA Granta. Автомобили этого семейства были куплены в количестве 87 982 единиц – на 22% меньше, чем год назад. На второй позиции находится LADA Vesta с результатом в 32 790 экземпляров (- 71,2%). На третьем месте расположилась корейская Kia Rio (23 909 шт.; -- 69,8%)[4].

Стоит отметить, что в представленном рейтинге есть модели, которые имеют рыночный рост. Это три китайских авто – Chery Tiggo 7 PRO (+55,7%), Haval Jolion (+94,8%) и Geely Coolray (+16,9%). А наибольшее падение зафиксировано у Skoda Rapid (-75,8%). Так как европейские производители в большинстве своем отказались от работы с Россией. Подобная ситуация складывается и с корейскими производителям, они точно также постепенно уходят с рынка России. Поэтому остаются лишь отечественные производители и китайские. Что касается производства, то у предприятий есть своя специфика, по которой можно судить об особенностях и условиях их функционирования.

Автопромышленные предприятия в современных условиях функционируют исходя из внутренних и внешних факторов, которые влияют на деятельность компании, заставляя, постоянно адаптироваться под ситуацию. Это касается в целом российского рынка, который постоянно меняется и компании вынуждены часто принимать стратегические решения, чтобы остаться работать на рынке России. Это может быть, как плюсом, так и минусом: минус – потому, что большие риски, а плюс – это сильные компании, которые способны работать в любых условиях.

Внешние факторы. Данная среда может быть связана с потребителями продукции, органами государственной власти, поставщиками. Для работы в современных условиях необходимо учитывать следующие факторы:

– Снижение покупательской способности. Так как кризис на автомобильном рынке России – это следствие кризиса в стране и во всем мире, то покупательская способность напрямую зависит от этого.

– Трудность поставок от поставщиков. Из-за того, что действуют санкции, ввоз в страну всего импортного затруднен, но возможен. Благодаря параллельному импорту, множество всего можно ввести в стране легально, что позволяет избежать дефицита товаров на российском рынке в целом. Минусы данного способа в том, что цена становится дороже, из-за того, что маршрут доставки увеличивается и усложняется.

– Государство, в свою очередь, может как ужесточить условия ввоза или производства автомобилей, например, с помощью повышения налогов, или ослабить требования, упростив всем работу.

Внутренние факторы, прежде всего, связаны с такими факторами, как персонал, капитал, средства производства и информация.

– Персонал. Количество рабочих мест большое, но при этом присутствует текучесть кадров. Это касается как производства, так и дилерских центров, которые сейчас начинают сотрудничать с новыми азиатскими брендами.

– Капитал. В современных условиях капитал сокращается из-за того, что количество иностранных инвестиций снижается из-за политических ограничений. Все имеют полное право вернуться в течение 6 лет; также прорабатываются различные возможности по сохранению своего участия на российском рынке. Чаще всего либо меняется собственник, либо компания создает суббренд и остается работать.

– В современных условиях для успешного функционирования автопромышленные предприятия должны использовать передовые информационные технологии. В особенности, это относится к обеспечению продаж, поэтому на автопромышленных предприятиях активно внедряются системы CRM.

Суббренд – новый товар, услуга или компания, которая продвигается под известной маркой, рассчитанной под увеличение охвата аудитории. Суббренды создаются под новую целевую группу, задача которых увеличить количество потребителей, для основной компании. Что касается России, то специфика заключается в том, чтобы сохранить российских клиентов, продавая товар или предоставляя услугу компании под другим названием.

В подобных условиях внутренних и внешних факторов компании приходят к специфичным способам работы:

– Нужно соблюдать баланс между производством и способностью продаж. Это приводит либо к избытку товара, либо наоборот к дефициту.

– Если будут недостаточны объемы продаж, то возможна большая текучка кадров.

– Большинство компаний стремится минимизировать налоговую нагрузку.

– Нехватка капитала для дальнейшего стабильного развития. Будет какое-то время для восстановления.

Автомобильный рынок напрямую связан со всей экономикой, который влияет на все процессы в стране. Это касается как легкового, так и грузового транспорта. Поэтому без вмешательства государства не обойтись, основные процессы автомобильной сферы контролируются и решаются законодательной и исполнительной властью. Нужно учитывать, как быстро иностранные компании смогут вернуться на российский рынок, либо выделять средства на развитие собственного производства.

Список литературы:

1. АвтоБизнесРевю: официальный сайт [Электронный ресурс]/ Электронные данные. - Режим доступа: <http://abreview.ru/stat/aeb/concerns/>
2. АВТОСТАТ: Аналитическое агентство [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.autostat.ru/>
3. АВТОМОБИЛЬНЫЙ СТАГНАЦИЯ ИЛИ АДАПТАЦИЯ? РЫНОК РОССИИ В 2023 году// РНА Аналитический обзор. [Электронный ресурс]//Режим доступа: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2023/07/rynok_avto_2023.pdf
4. Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.autostat.ru/>
5. Российский авторынок: итоги 2023 года – Авторевю. [Электронный ресурс].Режим доступа: <https://autoreview.ru/articles/avtorynok/rossiyskiy-avtorynok-itogi-2023-goda>
6. Состояние автомобильной отрасли в России по итогам ПМЭФ-2023
7. <https://companies.rbc.ru/news/NrYIsMFVII/sostoyanie-avtomobilnoj-otrasli-v-rossii-po-itogam-pmef-2023/>
8. Что ждет российский автопром в 2024 году//[Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/09/19/reg-cfo/razobratsia-s-komponentami.html>

References:

1. Autobusinessview: official website [Electronic resource]/ Electronic data. - Access mode: <http://abreview.ru/stat/aeb/concerns/>
2. AUTOSTAT: Analytical Agency [Electronic resource]. Access mode: <http://www.autostat.ru/>
3. AUTOMOTIVE STAGNATION OR ADAPTATION? THE RUSSIAN MARKET IN 2023// RNA Analytical review. [Electronic resource]//Access mode: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2023/07/rynok_avto_2023.pdf
4. The analytical agency "Autostat". [Electronic resource] // Access mode: <http://www.autostat.ru/>
5. The Russian car market: the results of 2023 – Auto review. [electronic resource]. Access mode: <https://autoreview.ru/articles/avtorynok/rossiyskiy-avtorynok-itogi-2023-goda>
6. The state of the automotive industry in Russia according to the results of SPIEF-2023
7. <https://companies.rbc.ru/news/NrYIsMFVII/sostoyanie-avtomobilnoj-otrasli-v-rossii-po-itogam-pmef-2023/>
8. What awaits the Russian automotive industry in 2024// [Electronic resource]. Access mode: <https://rg.ru/2023/09/19/reg-cfo/razobratsia-s-komponentami.html>