
РОССИЙСКИЙ АВТОПРОМ: АНТИКРИЗИСНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е.В. Пономаренко, А.В. Черников

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Для преодоления последствий финансово-экономических кризисов правительства разных стран прибегают к использованию различных, как правило, весьма дорогостоящих инструментов. Поэтому аналитический обзор действий правительств по преодолению последствий мирового финансово-экономического кризиса с выделением как наиболее удачных, так и неэффективных экономических инструментов, которые использовались для поддержки автомобильной промышленности в развитых странах и в России, представляется весьма актуальным.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, антикризисное регулирование.

Автомобильная промышленность — общепризнанный «локомотив» современной промышленности, «визитная карточка» состояния современных технологий в стране, отрасль, которая потребляет достижения всех других сфер — от прокатной стали до высокотехнологичного программного обеспечения. По экспертным оценкам, одно рабочее место на автосборочном предприятии обеспечивает восемь рабочих мест в смежных отраслях промышленности. Автомобиль давно превратился из средства роскоши в средство передвижения, неотъемлемую часть современного образа жизни наряду с мобильным телефоном, Интернетом, кредитной картой. То, что автомобиль сегодня приближается по уровню доступности к мобильному телефону, подтверждают цифры. В Западной Европе на 1000 жителей приходится более 500 легковых машин, в США этот показатель составляет 750, а в России лишь 230 автомобилей — ниже, чем в Венгрии и Болгарии. Это говорит о том, что в Российской Федерации сформирован один из наиболее перспективных рынков в мире. Данный вывод подтверждается растущим интересом со стороны иностранных автомобильных концернов, которые активно реализуют свои планы по строительству сборочных предприятий в России, заключают сделки с российскими автомобильными предприятиями.

История вопроса. В нашей стране автомобилестроение с момента появления первого отечественного автомобиля и по сей день находится в «догоняющем» положении, и в этом, по нашему мнению, его ключевая особенность. Первый автомобиль в мире, как известно, был создан в Германии в 1886 г. инженером Карлом Бенцем, это была трехколесная коляска с двигателем внутреннего сгорания. В том же далеком 1886 г. появился первый четырехколесный автомобиль с двигателем внутреннего сгорания, разработанный и запатентованный инженером Готлибом Даймлером из Штутгарта. Показателен тот факт, что к 1924 г. между этими компаниями было заключено соглашение о взаимных интересах, которое двумя

годами позже привело к появлению объединенной компании «Даймлер—Бенц», фактически существующей по сей день.

Первый российский автомобиль с двигателем внутреннего сгорания был показан публике только через десять лет, на выставке в Нижнем Новгороде в 1896 г. инженерами Яковлевым и Фрезе. Первые серьезные усилия по созданию национального автомобилестроения царское правительство предприняло в разгар Первой мировой войны, когда в 1916 г. были выделены казенные средства для строительства шести автомобильных заводов: АМО в Москве, РБВЗ в Филях, «Русский Рено» в Рыбинске, завод В.А. Лебедева в Ярославле, «Аксай» в Ростове-на-Дону и «Бекос» в Мытищах. Из-за революции 1917 г. строительство заводов завершено не было, однако два из них, АМО (95% готовности) и Завод Лебедева (60%) в дальнейшем не сменили профиль и занялись производством автомобилей (сейчас это АМО ЗИЛ и ЯМЗ) (1).

Считается, что первый полностью советский автомобиль АМО-Ф-15 был произведен заводом АМО в 1924 г. Но назвать его отечественным сложно. По сути, он представлял собой ФИАТ-15 разработки 1912 г., производство которого было начато еще в 1916 г. при царском правительстве. В преддверии седьмой годовщины революции 1917 г. потребовалось продемонстрировать прогресс пролетарского государства, для чего было начато массовое копирование устаревшего грузовика при участии специалистов фирмы «Мерседес». Этот автомобиль производился до 1931 г., всего было собрано около 6,5 тыс. экземпляров (примерно таким же образом поступали в Китае в период становления собственной промышленности в начале 2000-х гг.).

К 1926 г. в США уже прекратился выпуск первого по-настоящему массового автомобиля «Форд модел Ти». Этот легендарный автомобиль был поставлен на конвейер еще в 1908 г. Всего за 1908—1926 гг. было произведено 15,175 млн автомобилей, также и потому, что это был первый «всемирный» автомобиль, который собирали на заводах в Германии, Франции, Великобритании, Австралии и других странах. Цифра впечатляет и сегодня. Секрет успеха заключался в первую очередь в его доступной цене. Так, на момент его появления большинство автомобилей в США стоили от 110 до 1700 долл., а «Форд-Т» стоил всего 850 долл., что было почти на треть ниже стоимости самого дешевого автомобиля его класса в 1908—1910 гг.. При средней зарплате американского рабочего в те годы 100 долл. в месяц это было крайне выгодным предложением. При этом около миллиона автомобилей было продано по цене, сниженной до 350 долл. Еще одной причиной успеха можно считать высокую ремонтпригодность, простоту конструкции, относительный комфорт, хорошую проходимость, а также широкое использование рекламы, что для того времени было достаточно прогрессивно.

Рыночные механизмы регулирования, конкуренция, развитое патентное законодательство, политическая стабильность и множество других факторов уже в эпоху зарождения автомобильной промышленности предоставили странам запада колоссальное преимущество в развитии, которое сохраняется и сегодня.

Экономика СССР развивалась в это время энергичными темпами, индустриализация промышленности, коллективизация сельского хозяйства, жилищное строительство требовали грузового транспорта. В начале 1930-х гг. предприятие АМО было реконструировано, переименовано в ЗиС, стало выпускать грузовики по лицензии американской фирмы «Аутокар», а в Нижнем Новгороде было построено предприятие НАЗ (ГАЗ), выпускавшее легковые и грузовые автомобили по лицензии фирмы «Форд Мотор». Оба завода, построенные в ходе индустриализации, стали основой национального автомобилестроения и вместе с менее крупными предприятиями обеспечили к 1938 г. выход СССР на первое место в Европе и второе в мире по выпуску грузовиков. До Великой Отечественной войны автомобильная промышленность СССР произвела свыше 1 млн автомобилей, значительная часть которых поступила в Красную армию. Производство легковых автомобилей было в основном направлено на выполнение нужд таксопарков и партийного руководства.

В Европе и США период до Второй мировой войны был очень благоприятным для автомобильной промышленности. Наряду с уже устоявшимися гигантами множились небольшие фирмы, занимавшиеся производством кузовов или моторов для отдельных моделей, или производивших их доводку.

В военные годы большая часть советских производств была эвакуирована за Урал, получила распространение сборка автомобилей из машинокомплектов, поставлявшихся по ленд-лизу. Стоит отметить, что на базе некоторых автомобилей в дальнейшем были созданы собственные советские модели. На основе конструкции универсального американского внедорожника «Виллис» был создан советский ГАЗ-64. В 1950—1970-х гг. развитие советского автомобилестроения продолжалось экстенсивными методами, причем до начала 1970-х гг. основной приоритет отдавался грузовым автомобилям, в частности армейским тягачам и полноприводным грузовикам двойного назначения.

На автомобильных заводах США и Европы, которые не пострадали во время войны либо были успешно восстановлены, продолжилось интенсивное развитие, внедрение новых технологий, обеспечивающих лояльность потребителей. Период с 1950—1970-х гг. можно считать расцветом автомобильной промышленности США. Было создано огромное количество новых моделей и технологий. К разряду массовых стали относиться и полуспортивные, мощные автомобили типа «Форд Мустанг». Таковы были запросы рынка, на которые гибкая рыночная модель своевременно находила нужный ответ.

В СССР массовая автомобилизация началась со строительством в 1966—1970 гг. Волжского автомобильного завода (ВАЗ) в Тольятти, годовым выпуском первоначально 660 тыс. автомобилей в год, а с 1980-х — 730 тыс. легковых автомобилей марки «Жигули», которая по сути своей являлась копией итальянского «Фиата». Активное участие в строительстве принимали итальянские коллеги из концерна «Фиат», поскольку подготовка технического проекта была поручена им. По контракту на концерн «Фиат» возлагалось технологическое оснащение завода и обучение специалистов. Первым автомобилем стал ВАЗ-2101 «Жигу-

ли», по конструкции в основном повторявший итальянскую модель «Фиат-124», но собранный почти полностью из отечественных комплектующих. Стоит отметить, что «Фиат-124» стал автомобилем года в Европе в 1967 г. и был достаточно современен, несмотря на консервативность конструкции. Однако эта модель была выбрана и по политическим причинам — стремлением помочь итальянской коммунистической партии. Интересный факт: по лицензии этот автомобиль производился в таких странах, как Испания, Южная Корея, Индия, Турция. Также любопытно то, что производство данной модели в самой Италии прекратилось уже в 1976 г., а производство ее прямых потомков в России продолжается и по сей день в лице классической модели «Лада-2105» и «Лада-2107». Несмотря на неоднократные попытки свернуть производство, спрос на них сохраняется, что позволяет даже понемногу повышать на них цены.

Справедливости ради стоит отметить, что в Европе, в частности во Франции, также был автомобиль, выпускавшийся на протяжении более 30 лет. За этот период было продано 3,9 млн автомобилей «Ситроен 2CV». Автомобиль сложно было назвать высокотехнологичным, и периодическая модернизация не носила кардинального характера, но он был прост, надежен, а самое главное — дешев. При этом наряду с ним выпускалось и разрабатывалось большое количество других моделей, что сделало компанию «Ситроен» одной из наиболее креативных и прогрессивных на сегодня.

В 1976 г. в строй вошел Камский автомобильный завод, строительство которого было начато в 1969 г. Годовая мощность предприятия была рассчитана на выпуск 150 тыс. грузовиков и 250 тыс. дизельных моторов. С его вводом доля дизельных автомобилей в грузовом парке СССР возросла с 7—8% до 25%. Дизельные двигатели ставились и на других советских автомарках — ЗиЛ, УралАЗ, ЛАЗ, ЛиАЗ и КАЗ.

Период застоя в экономическом развитии СССР времен холодной войны отрицательно сказался и на автопромышленном комплексе. Не внедрялись новые технологии, не повышалось качество материалов и комплектующих. Это было обусловлено рядом факторов, основным из которых являлось отсутствие связи между предложением и спросом: покупатель, как правило, стесненный в средствах, ждал машину несколько лет в очереди, и выбор его ограничивался лишь несколькими моделями, представленными в производственной линейке шести производителей. Практически единственным, что мог выбирать будущий владелец, был цвет. В 1980-е гг. было разработано несколько новых моделей, в том числе при участии инженеров фирмы «Порше», однако принципиально ситуацию это не изменило.

В таком виде отрасль подошла к смене политического строя в России. Рыночная экономика, конкуренция и новые реформы были призваны перестроить загнивающую систему директивного хозяйствования, но на автомобильной промышленности они сказались недостаточно, полной реконструкции и повышения конкурентоспособности не произошло. А в 2008 г. грянул мировой экономический кризис.

Антикризисные меры поддержки автомобильной промышленности. Ведущие автомобильные державы по-разному подошли к спасению одной из ключевых национальных отраслей в условиях мирового финансово-экономического кризиса 2008—2009 гг., используя целый набор инструментов [1].

В Европейском союзе государственная поддержка осуществлялась по двум основным направлениям:

— предоставление государственных займов или кредитов производителям автомобилей на текущую деятельность, расчеты с поставщиками, развитие экологических технологий и т.п.;

— реализация программ стимулирования спроса, в том числе выдача премии за сдачу в утиль старых автомобилей. По оценкам специалистов, прямая финансовая помощь в большинстве случаев оказалась менее эффективной, чем косвенная — программа стимулирования спроса.

В США выдавались кредиты на текущую деятельность, на погашение долгов перед поставщиками и на развитие автомобилей-гибридов. Средства были выделены в обмен на планы реструктуризации, а для «Крайслер» помощь в размере 6 млрд долл. была обещана только с условием вступления в альянс с Fiat. Однако США, потратившим на свой автопром свыше 35 млрд долл., похвастаться реальными успехами пока трудно. В начале 2010 г. США впервые утратили первое место по продажам автомобилей в мире, уступив его Китаю.

Наиболее успешной мерой в стимулировании продаж можно считать премию за утилизацию старых автомобилей, когда покупатель, сдавший свою старую машину на переработку, получает субсидию при покупке нового автомобиля. Такие премии в рамках антикризисных мер по стимулированию спроса были введены в Германии, Франции, Японии, Словакии, Италии, Австрии, Португалии, Испании. Они составляли от 1245 долл. в Японии до 500 евро в Италии. Во Франции за счет премии в 1 тыс. евро продажи в марте 2010 г. увеличились на 8,1%.

Лучшие результаты программы были в Германии, где премия составила 2500 евро. Практически во всех европейских странах продажи новых автомобилей падали весь период, тогда как в Германии они выросли почти на 40%. Эффективным оказалась и сама мера (премия или субсидия на покупку нового автомобиля), и оптимальность ее размера: за 2500 евро в Германии либо в другой стране Евросоюза можно купить неплохой подержанный автомобиль, так что эта сумма вполне сопоставима с ценой нового автомобиля и достаточно существенна в плане реальной экономии [2]. Подобная мера достаточно эффективна: помимо повышения спроса она позволяет обновить автопарк, что, в свою очередь, повышает безопасность дорожного движения, ведет к уменьшению вредных выбросов, улучшая экологию, а также предоставляет богатый источник цветных металлов для дальнейшей переработки и использования в производстве новых автомобилей, что стимулирует развитие отрасли по переработке вторичного сырья.

Но премия не единственная помощь, которую получил немецкий автопром. В то время как правительство Германии отказывалось делать прямые денежные вливания в автозаводы, помощь автопрому оказывает Европейский инвестицион-

ный банк (ЕИБ). Всего банк выделил в первой половине 2010 г. кредиты на 7 млрд евро по сниженным ставкам, которые автопроизводители должны направить на развитие экологичных технологий и поддержку своих заводов в Восточной Европе.

С 2010 г. немецкие автопроизводители занимают нишу порядка 70% на внутреннем рынке, а также увеличивают экспорт (его доля в объеме производства с начала 2010 г. увеличилась до 75%). Иными словами, три из четырех автомобилей, выпущенных в Германии, будут куплены на зарубежных рынках. Если в прошлом году немецкие автопроизводители наращивали экспорт за счет китайского рынка, то сейчас наблюдается рост продаж в США, где автопроизводители из Германии показывают лучшие результаты, чем американский рынок в целом.

В Соединенных Штатах падение авторынка было глобальным, кризис заставил «Большую детройтскую тройку» просить помощь у правительства. Несколько десятков миллиардов долларов из федерального бюджета ушло на помощь «Крайслер» и «Дженерал Моторс» еще при президенте Буше, но новая администрация Белого дома все-таки обанкротила концерны и запустила свою программу поддержки рынка под названием Cash for Clunkers («Деньги за рыдваны»), аналогичную немецкой. Она начала действовать с июля 2009 г. Условия были достаточно жесткие: владелец должен пользоваться машиной не меньше года, автомобиль — быть не старше 25 лет, а расход горючего — не менее 25 миль на галлон. При условии покупки более «чистого» авто владелец мог получить скидку в 2,5 тыс. долл. или 4,5 тыс. долл. (в зависимости от экологичности новой машины). Но уже за первый месяц программой воспользовались почти 700 тыс. человек. Правительство потратило 2,9 млрд долл., но автопром получил намного больше.

Стимулирующие программы, связанные с утилизацией старых автомобилей, были продолжены в 2010 г. лишь в некоторых странах. По данным АСЕА, до конца 2010 г. субсидии выплачивались во Франции (с июля их размер снизился до 500 евро), Ирландии (премия 1500 евро), в Люксембурге утилизационные премии выдавались до конца июня 2010 г.

Между тем две другие крупные автомобильные державы — Китай и Япония — почти не оказывали прямую финансовую поддержку собственной автомобильной промышленности. В Китае правительство не пошло на прямое субсидирование автопроизводителей. Однако на косвенную поддержку автопрома направлено 10 млрд юаней (около 1,5 млрд долл.), из них половину составили субсидии фермерам для обновления парка, а остальные средства пошли на снижение налогов при приобретении малолитражек и на имущество. Также проводились меры по снижению цен на топливо, размещался госзаказ, выдавались разрешения на кредитование автомобилей любой стоимости (ранее только на автомобили дороже 35 тыс. юаней). Не случайно иностранные автопроизводители, включая «Тойота», «Фольксваген» и «Ниссан», увеличивают производственные мощности и прогнозы продаж в Китае, рассчитывая на улучшение спроса на автомобили. Американская компания «Дженерал Моторс», чье совместное предприятие является крупнейшим производителем автомобилей в Китае, собирается увеличить продажи машин в КНР с 2 млн в 2010 г. до 3 млн к 2015 г.

Российский вариант антикризисной поддержки автопрома. Поддержка российской автомобильной промышленности стала одним из приоритетных направлений антикризисной политики государства. Предпринятые меры можно объединить в три основных блока: защита внутреннего рынка; поддержка платежеспособного спроса на продукцию, произведенную в России; стабилизация финансового состояния российских автопроизводителей и стимулирование их инвестиционной активности.

Согласно данным Министерства промышленности и торговли РФ, в 2009 г. государство потратило на поддержку автомобильной промышленности свыше 100 млрд руб. (3). Вместе с дополнительной помощью АвтоВАЗу в размере 70 млрд руб. общая сумма бюджетных средств, потраченных на спасение национального автопрома, приблизится к 6 млрд долл. (для сравнения: в Германии правительством выделено 5 млрд евро).

Первой из мер, направленных на защиту российского рынка, стало увеличение ввозных пошлин на новые и подержанные автомобили. Введенные в условиях кризиса 30% пошлины положительно отразились на развитии автомобильной отрасли в целом, практически сделав «запретительным» ввоз подержанных автомобилей, в том числе праворульных. Мерами защиты внутреннего рынка от подержанных автомобилей поддерживаются не только отечественные производители, но и зарубежные предприятия, работающие в режиме промышленной сборки.

Эффективность принятых мер таможенного регулирования выражается в дополнительных продажах отечественной техники за счет перераспределения рынка в пользу автомобилей, произведенных на территории России [2].

Новым в борьбе с конкурентами отечественного автопрома стало привлечение «Роскосмоса», разработавшего ГЛОНАСС-приемник (систему навигации) для автомобилей. Предлагается повысить таможенные сборы, если на автомобиле не установлен навигатор, разработанный в России.

Доля автомобилей отечественной сборки, в том числе иностранных брендов, в структуре продаж на рынке легковых машин увеличилась с 38% в 2008 г. до 49% в 2009 г., а на рынке коммерческих автомобилей — с 59% в 2008 г. до 75% в 2009 г. Несмотря на общее падение рынка и увеличение ставок ввозных таможенных пошлин, эффект от введения пошлин для бюджета Российской Федерации был положительным.

Другой мерой косвенной поддержки стало государственное субсидирование процентной ставки для автомобильных кредитов. Вступили в силу новые условия государственных субсидий на покупку отечественных автомобилей. Была увеличена максимальная стоимость автомобилей, которые могут приобретаться по субсидированной процентной ставке автокредитов, с 350 тыс. руб. до 600 тыс. руб., требования по первоначальному взносу снижены в два раза. Помимо автомобилей российских брендов программа распространяется на автомобили, произведенные в рамках соглашений по промышленной сборке, а также модели автомобилей, российская часть себестоимости которых составляет не менее 50% или же в отношении которых имеется согласованная с Министерством промышленности и тор-

говли РФ программа локализации автокомпонентов. В 2009 г. по программе льготного автокредитования было продано около 70 тыс. автомобилей. Министерству финансов РФ поручено в 2011 г. предусмотреть на эти цели выделение 1,75 млрд руб., в 2012 г. — 1,002 млрд руб., в 2013-м — 0,5 млрд руб.

Новым и неожиданно эффективным инструментом косвенной государственной поддержки спроса стало введение премии за сдачу старого автомобиля. Программа утилизации старых автомобилей была введена в марте 2010 г., на нее выделено 10 млрд руб., что способствовало продаже 200 тыс. автомобилей. Принять участие в программе могли владельцы автомобилей, которые владеют ими больше года, при этом возраст машин должен быть более 10 лет. При сдаче машины на утилизацию собственник получает компенсацию в 50 тыс. руб. на покупку нового автомобиля, собранного в России.

Следствием программы стала необходимость развития подотрасли утилизации автомобилей. На создание такой инфраструктуры в России нужно 25—30 млрд руб., однако ее создание и развитие принесет дополнительный социальный и экономический эффект. Важно заинтересовать бизнес: дополнительное финансирование полной утилизации автомобиля — около 100 долл. на один автомобиль. Источники финансирования во всем мире разные, в европейской практике ее финансирует производитель.

Программа по утилизации старых автомобилей работает в 19 регионах РФ: Краснодарском, Красноярском и Пермском краях, Татарстане, Удмуртии, республике Башкирия, а также в Московской, Ленинградской, Свердловской, Самарской, Ростовской, Калужской, Калининградской, Новосибирской, Нижегородской, Челябинской, Ульяновской областях, Москве и Санкт-Петербурге. В целом, государственная поддержка спроса доказала высокую эффективность в России, сформировав более 40% от объема продаж системообразующих автопредприятий. Не все методы государственной поддержки российского автопрома оцениваются однозначно: введение пошлин, премия за утилизацию старых автомобилей продемонстрировали высокую эффективность [5].

Анализ современного состояния российского автопрома. После уровня, достигнутого российским рынком в январе 2010 г., когда было продано всего 69 тыс. легковых автомобилей, в целом результат за 2010 г. можно считать переломным: продажи составили 1,78 млн новых автомобилей, что на 30% больше, чем в 2009 г. Это позволяет сделать вывод о том, что рынок успешно преодолел кризис и вернулся на вектор планомерного роста. Так, на 2011 г. прогнозируется объем продаж на уровне около 2 млн автомобилей, а к 2013 г. спрос может достигнуть предкризисного показателя в 2,7 млн.

Переломным 2010 г. является также потому, что впервые на российском рынке объем продаж иномарок российской сборки превзошел остальные сегменты. Было продано 623 тыс. машин, рост составил 68%. Это превосходит объем импортируемых машин, спрос на которые упал на 3% и составил 603 тыс. Рост продаж российских марок, в основном обеспеченный продажами АвтоВАЗа, составил 47%, до 551 тыс. В дополнение ко всему вышеперечисленному было ввезено 10 тыс. подержанных иномарок, что почти на 17% меньше, чем годом ранее.

Самым популярным типом кузова остается «Седан» с долей в 40%. Хетчбекам принадлежит 25% рынка, а доля универсалов увеличилась с 4,8% до 6,4% благодаря хорошему спросу на грузопассажирские модели российские «Калины» и «Приоры». Версиям с автоматическими трансмиссиями отдал предпочтение 31% покупателей, а доля дизельных автомобилей уменьшилась до 5,2%. За 2010 г. в России продано всего 2,171 тыс. гибридных автомобилей девяти моделей шести марок. Таким образом, можно сделать вывод о том, что данная категория транспортных средств пока не очень популярна среди наших потребителей.

Что касается страновых предпочтений, ситуация здесь следующая. Японские автомобили на российском рынке сдали рыночные позиции из-за невыгодного курса йены: их доля упала с 25% до 17%. На европейские автомобили приходится 26% продаж, корейские марки занимают 21,5% рынка, а доля китайских марок колеблется в районе 1,8%. На последнем месте американские марки с результатом 0,5%.

Корпоративный рейтинг в апреле 2011 г. с огромным отрывом возглавляет «Рено»—«Ниссан»—«АвтоВАЗ» (39,4% продаж), альянс «Хендай»—«Киа» (10,7%), «Фольксваген» (7,1%) и «Тойота» (5,1%), а «Форд» после продажи «Вольво» китайцам снизил свою долю до 4,8%.

Основной рост продаж был обеспечен государственной программой по утилизации. С момента старта выданы почти все из 500 тысяч сертификатов на скидку в 50 тыс. руб. при покупке новой машины российского производства (сборки). Суммарно в программу было вложено 25 млрд руб. Было использовано 473 384 сертификата, с ними оформлено 453 599 договоров купли-продажи, машины получили около 300 тыс. человек. Выдача сертификатов закончилась 1 апреля 2011 г., но программа проработает как минимум на месяц дольше.

Около 80% продаж по госпрограмме пришлось на продукцию АвтоВАЗа, более 200 тыс. автомобилей. Следом с результатом около 30 тыс. автомобилей следует продукция концерна «Рено», далее — «Шкода» с результатом 8840 автомобилей, «Форд» (8438), «Шевроле» (8053), а остальные участники программы сообща реализовали лишь 5000 легковых машин.

Несмотря на снижение «средней цены» покупаемого автомобиля с 19,4 до 18,9 тыс. долл., цены на некоторые наиболее популярные модели были повышены. Так, цена на обыкновенную «Лада Нива» выросли на 36 тыс. руб. Автомобили семейства «Самара» прибавили в цене 25 тыс. (вдвое больше, чем за предыдущий год), а модели типа «Классика» — 20 тыс. руб. Также одним из эффектов программы стал рост числа компаний-утилизаторов со 127 до 215.

Количество дилерских центров, участвующих в программе, достигло 2714, в том числе на Сахалине и на Камчатке. Также положительным эффектом данной программы является то, что российский автопарк «омолодился» — в начале 2009 г. 56% из 32 млн зарегистрированных автомобилей были старше десяти лет. Теперь это соотношение один к одному.

Другим эффективным антикризисным инструментом оказалось субсидирование автомобильных кредитов. В 2010 г. им воспользовались 166 тыс. человек.

Важным обстоятельством является тот факт, что банки существенно снизили кредитные ставки и ослабили требования к заемщикам. Помимо этого в Россию один за другим приходят банки иностранных автопроизводителей.

Отложенный спрос, который выражается в количестве автомобилей на тысячу человек, также явился важным фактором роста продаж новых автомобилей. Интересными факторами, влияющими на объем продаж новых автомобилей, являются цена барреля нефти и курс рубля относительно доллара США. Эти показатели очень сильно коррелируют, и их графики практически совпадают.

А что же с ростом производства? На автомобили российских марок, таких как «Лады» и УАЗы, в 2010 г. пришлось 583 тыс. машин (рост на 83%), выпуск многочисленных иномарок достиг 632 тыс. экземпляров (рост на 124%). На полномасштабное производство со сваркой и окраской кузовов пришлось 379 тыс. машин — двукратный рост по сравнению с прошлым годом. Крупноузловым способом из SKD-комплектов собрано 253 тыс. автомобилей — рост в 2,5 раза.

При этом в конце 2010 г. численность работников автопредприятий в стране уменьшилась до 550 тыс., включая персонал заводов по производству грузовиков, автобусов и спецтехники (на всех заводах, где собирают иномарки, в общей сложности работает около 40 тыс. человек, АвтоВАЗ за время кризиса сократил 30 тыс. сотрудников, до 70 тыс. человек). Зато средняя зарплата по отрасли за тот же срок выросла на четверть — до 18 717 руб. в месяц.

Перспективы развития автомобильной промышленности России. Дальнейшие перспективы развития российского автомобильного рынка определены в Стратегии развития автомобильной промышленности на период до 2020 г., принятой в 2010 г. Основной целью государственной политики по развитию национальной автомобильной промышленности на период до 2020 г. является максимизация добавленной стоимости по всем переделам цепочки создания автотранспортных средств в России при достаточном выборе и качестве продукции автомобилестроения.

Стратегия развития национальной автомобильной промышленности России основывается на следующих приоритетах: стимулирование разработки и производства инновационных автотранспортных средств и автомобильных компонентов, создание новых и модернизация действующих производств на территории Российской Федерации; достижение вновь создаваемой автомобильной техники российского производства мирового технического уровня, в том числе по безопасности, надежности, топливной экономичности, экологическим характеристикам; развитие на территории Российской Федерации высокотехнологичных производств автомобильных компонентов, в том числе, для поставок на экспорт; развитие региональных кластерных инициатив по созданию производств автомобильной техники и автомобильных компонентов; усиление роли НИОКР в развитии и совершенствовании автомобильной техники, ее компонентов и производственных технологий в автомобилестроении; развитие конструктивного партнерства отечественных автопроизводителей и разработчиков с глобальными автопромышленными группами.

Ожидаемые конечные результаты реализации Стратегии:

— повышение доли добавленной стоимости в автомобильной промышленности с уровня 2008 г. (21%) до 48% в 2020 г.;

— увеличение доли продукции российского производства в общем объеме потребления на внутреннем рынке в натуральном выражении: легковых автомобилей — до 80%, легких коммерческих автомобилей — до 61%, грузовых автомобилей — до 97%, автобусов — до 99%;

— увеличение доли экспорта продукции автомобилестроения от общего объема производства в натуральном выражении к 2020 г.: легковых автомобилей — до 8%, легких коммерческих автомобилей — до 14%, грузовых автомобилей — до 50%, автобусов — до 23% [4].

С момента принятия Стратегии прошел год, и можно говорить о некоторых шагах, предпринятых в рамках ее реализации. В конце февраля 2011 г. были подписаны меморандумы с шестью участниками в ходе реализации второго этапа промышленной сборки.

Первым свое намерение оформил альянс «Рено»—«Ниссан»—«АвтоВАЗ». Затем, вместо ожидаемого тандема «Соллерс»—«Фиат» документы подал альянс «Форд»—«Соллерс». Потом поступило обращение от концерна «Фиат», уже отдельно от «Соллерса». Также меморандум подписал дуэт «Фольксваген»—«ГАЗ», а в последний день успел и концерн «Дженерал Моторс», также как и «Фиат» без определенного стратегического партнера.

Неожиданностью стало подписание меморандума компанией «Магна», которая не является автопроизводителем, но имеет собственные сборочные предприятия и слывет одним из крупнейших в мире разработчиков и производителей комплектующих. Кстати, в 2008 г. «Магна» уже заключала промсборочное соглашение на строительство в Нижнем Новгороде автозавода, но проект не был реализован. Согласно условиям, утвержденным Минпромторгом России, Минэкономразвития России и Минфином России, соискатели таможенных льгот должны в течение трех лет создать мощности для выпуска 300 тыс. автомобилей ежегодно (если заводы уже построены, то их мощность за четыре года нужно довести до 350 тыс. машин). За четыре года нужно создать научно-исследовательские центры и организовать штамповку кузовных деталей.

Не менее 30% выпускаемых автомобилей должны комплектоваться двигателями или коробками передач российского производства. Когда объем выпуска превысит миллион автомобилей в год, то локализованными коробками и моторами должны оснащаться как минимум 200 тыс. машин. Всего же уровень локализации модельного ряда к седьмому году работы должен достичь 60%. В обмен компании смогут беспрошленно ввозить комплектующие для производства автомобилей в течение восьми лет. Помимо этого, в первые два года на вновь созданный автозавод можно привозить кузова для крупноузловой сборки в объеме не более 5% от заявленных мощностей. Начиная с третьего года 5% придется отсчитывать от фактического объема производства за прошлый год. На уже существующих заводах такой порядок был принят с самого начала.

Если суммировать примерные производственные планы компаний — участников новой промышленной автосборки на 2015 г., когда объем российского рынка прогнозируется на уровне 2,7 млн автомобилей, то они будут занимать его на 80%. На данный момент даже с учетом импортируемых моделей им принадлежит 65%. Но чтобы это произошло, до 1 июня 2011 г. они должны подписать окончательные соглашения и строго их выполнять — в случае нарушения правил компания остается без льгот.

Автомобильная промышленность — ведущая отрасль машиностроения, влияющая на процессы экономического и социального развития Российской Федерации. Можно сделать вывод о том, что в общих чертах Стратегия развития автопрома должна быть выполнена. Важным является то, что основным фактором развития российской автомобильной промышленности будет иностранный капитал. Новой сферой применения российского капитала и перспективой развития национального автопрома можно назвать разработку проектов мелкосерийного производства автомобилей. Такими проектами являются «Маруся» и «Е-мобиль». Примечательно то, что они являются абсолютно противоположными по своему назначению: «Маруся» представила первый отечественный спорткар, рассчитанный на индивидуального покупателя, а «Е-мобиль» ведет разработку массового гибридного городского автомобиля. Перспективы обеих компаний выглядят пока достаточно неопределенно.

ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) РБВЗ в Филях сменил свой профиль на производство самолетов, а затем ракет, в настоящее время это ГКНПЦ им. Хруничева. Рыбинский автозавод сменил свой профиль на производство авиадвигателей, в настоящее время это НПО «Сатурн».
- (2) ЕИБ уже одобрил выделение кредитов объемом 1,2 млрд евро для немецких автозаводов «Фольксваген», BMW и «Даймлер». Кроме того, планируется выделить 200 млн евро немецким заводам Ford. Opel может получить от ЕИБ 400 млн евро.
- (3) Большая часть этих денег — 42,5 млрд руб. — ушла на государственный заказ. Уже закуплено автомобилей на 37,5 млрд. Контракты еще на 5 млрд заключены до конца года. 29,4 млрд руб. составили госгарантии по кредитам, полученным автозаводами (19,8 млрд руб. — Группа ГАЗ, 5 млрд руб. — «Соллерс», 4,6 млрд руб. — КамАЗ). 25 млрд рублей — ссуда, выделенная АвтоВАЗу в начале года. Остальные деньги были потрачены на субсидирование процентных ставок по автокредитам, бесплатную доставку ВАЗов на Дальний Восток и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Пономаренко Е.В. Антикризисная политика и будущее развитие: опыт зарубежных стран и России // Материалы III международной научно-практической конференции «Мир и Россия: регионализм в условиях глобализации» 11—12 ноября 2010 г. Москва. — М.: Изд-во РУДН, 2010.
- [2] Андропова И.В. Стратегия экономической безопасности России: теория и практика // Интеграция России в мировую экономику: Монография / Под ред. Н.П. Гусакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во РУДН, 2009.
- [3] URL: <http://www.Rbc.ru>; Vedomosti.ru; Autostat.ru; autoreview.ru; Avtovaz.ru; innovprom.ru — официальные сайты.

- [4] *Кондратьев И.* Автопром: кризис и инновации // Мировая экономика и международные отношения. — 2011. — № 3. — С. 12—21.
- [5] *Пономаренко Е.В.* Бюджетно-налоговые и денежно-кредитные инструменты преодоления экономического кризиса в России // Финансы и кредит. — 2009. — № 37.

RUSSIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY: ANTI-CRISIS MANAGEMENT AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

E.V. Ponomarenko, A.V. Chernikov

*Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

To overcome the effects of financial and economic crisis the governments of different countries use various and, as a rule, very expensive tools. Therefore, an analytical review of government measures to overcome the global financial crisis' consequences with marking of the most successful as well as ineffective economic tools that were used to support the automotive industry in the developed countries and Russia seems to be very important.

Key words: automobile industry, anti-crisis management.