

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИЦИЙ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ И РАЗВИВАЮЩИЕСЯ АВТОМОБИЛЬНЫЕ РЫНКИ

Ю.В. Бочков, В.Е. Бочков, Д.Л. Щеголев



**Бочков
Валерий
Евгеньевич**

Кандидат технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика, менеджмент качества и инвестиций» Института дистанционного образования МГИУ, директор Высшей школы бизнес-образования и лизинга МГИУ. Область научных интересов: современный инвестиционный инструментарий и инновационные образовательные технологии для обеспечения качества деятельности по развитию реального сектора экономики и формирования основ экономики знаний. Автор более 300 научных трудов, в том числе 4 монографий, а также 15 учебников и учебных пособий.



**Бочков
Юрий
Валерьевич**

Магистрант программы MBA Университета Лойола Маримоунт, США, Калифорния, Лос-Анджелес. Специализируется в области инвестиционной деятельности, инвестиционных фондов и менеджмента инвестиционных рисков. Автор более 10 научных статей.



**Щеголев
Даниил
Львович**

Аспирант кафедры «Экономика, менеджмент качества и инвестиций» Института дистанционного образования МГИУ. Специализируется в области лизинга на рынке автотранспортных средств.

Введение

Экономика в условиях рыночных отношений всегда развивается, ориентируясь на эффективность хозяйствования. Современная ситуация с развитием рынков автомобилей не является исключением. Глобализация экономики и глобализация конкуренции в отношении сырья и трудовых ресурсов, издержек производства и качества продукции способствуют про-

цессам свободного перемещения финансовых капиталов почти без каких-либо серьезных ограничений. Однако различия в уровне социально-экономического развития отдельных стран приводят к определенным несоответствиям в действующих на их территориях стандартах в области экологии, промышленной безопасности и качества жизнедеятельности населения. Подобные несоответствия в течение прошедшего десятилетия стали причиной того, что промышленно развитые страны начали перемещать дорогостоящие по издержкам в отношении сырья и трудовых ресурсов производства, а иногда и экологически опасные предприятия в развивающиеся страны, ближе к новым формирующимся рынкам. С позиций современных экономических представлений размещение и концентрация на территории какой-либо одной страны предприятий ключевых отраслей промышленности является нецелесообразным. В отдельных случаях более эффективным является перемещение определенных обширных производств в места с более высокой производительностью и более низкими издержками производства (рабочая сила, энергетические источники, расходы на защиту окружающей среды) таким образом, чтобы они были ближе к перспективным рынкам сбыта. Поэтому для США и других экономически развитых стран Европы характерной является тенденция постепенного избавления от опасных, дорогостоящих и трудоемких производств.

Безусловно, такое обстоятельство, как насыщение рынков “Нового” и “Старого” света предложениями, также влияет на изменения, связанные с географическим перераспределением производства. Эти процессы сопровождаются использованием новых финансовых инструментов, которые обеспечивают финансирование инвестиций в развитие производственных мощностей отрасли и часто используются как способ продвижения продукции на новых рынках.

Современный российский рынок лизинговых услуг является одним из таких достаточно новых финансовых инструментов. Тем не ме-

нее, ему удалось довольно быстро интегрироваться в мировую финансовую систему. Ведущие российские лизинговые компании не просто заимствовали, но и удачно адаптировали к нашим условиям опыт стран с развитыми лизинговыми отношениями, например, таких, как США, Япония, Великобритания, Германия. Эти тенденции хорошо иллюстрируются на примере автомобильной промышленности и рынках автомобилей, на которых ведущим финансовым инструментом обеспечения инвестиций в развитие отрасли и продвижения продукции становится лизинг.

Аналитические материалы авторов, объединенные общей тематикой “Развивающиеся автомобильные рынки, инвестиции в автомобилестроение и лизинг на рынке автомобилей”, будут представлены тремя взаимосвязанными статьями. В данном номере публикуется первая из них.

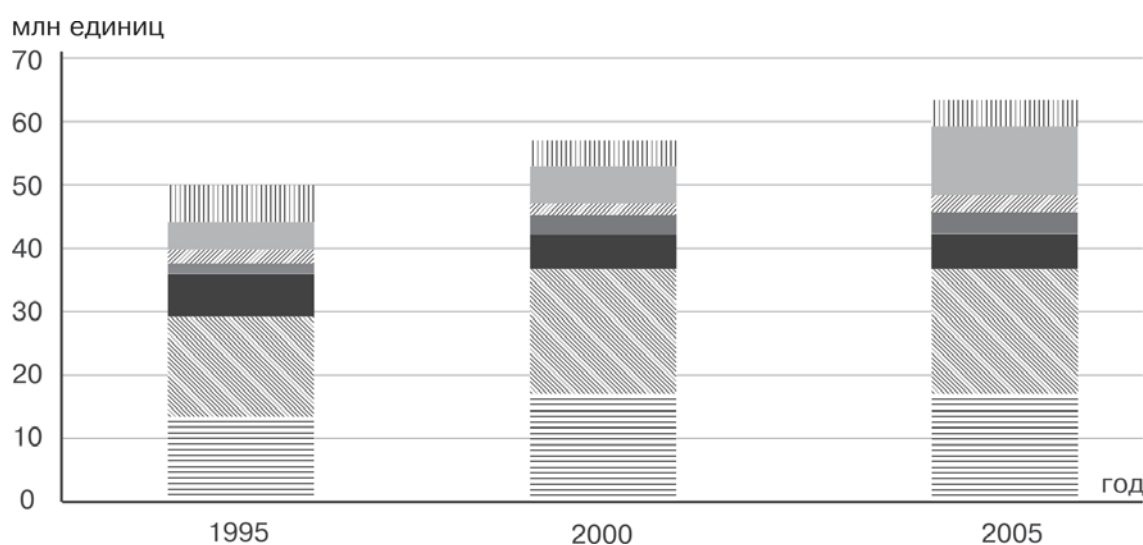
1. Состояние современных автомобильных рынков

Сегодня географическое перемещение производства западных автомобилестроителей в восточном направлении изменяет картину глобального автомобильного рынка. Несмотря на то, что сегодня в мире три четверти транспортных средств производятся в трех основных регионах: в Северной Америке, Западной Европе и Японии, на четвертое место по объемам производства среди мировых производителей автомобилей выходит Китай, в котором выпуск автомобилей достиг показателя таких стран, как Южная Корея и Франция [1]. Дебаты, которые ведутся менеджментом ведущих компаний, доминирующих в этой отрасли экономики, и специалистами по перспективам развития автомобильной промышленности в целом сегодня все больше касаются таких сложных и дискуссионных проблем, как конкуренция импортных автомобилей с марками, производимыми на внутренних рынках; затраты, издержки производства и производительность в автомобилестроительной отрасли; ключевых элементов для удовлетворения клиентов по

уровню качества продукции, ее надежности и длительности эксплуатации, оценки потребительских свойств автомобилей; моделирование различных процессов в автомобилестроении, вопросы безопасности и сервисного обслуживания автотранспортной техники [2].

Результатом низкого прироста населения в возрасте водителей автомобилей и тенденции к увеличению сроков эксплуатации транспортных средств являются закономерные по-

лее высокого класса, чем те, которыми они еще недавно пользовались. По данным агентства «S&P» (рис. 2) [3], первое место в мировом рейтинге продаж пассажирских автотранспортных средств, соответствующее приблизительно 16,5 млн единиц автомобилей (по итогам 2005 г.), принадлежит США. Второе место занимает Япония (4,5 млн ед.). Китай и Германия имеют 2,5 и 2,7 млн единиц, Восточная Европа, Россия и Индия – 2,2 млн, 1,8 млн и 1,6 млн ед.,



Источник: Y.D.Power&Associates

Рис. 1. Изменение количества продаж автомобилей на мировом рынке:

— — — — — Западная Европа; \ \ \ \ \ Северная Америка; ■ — Япония; □ — Восточная Европа; / / / / / Южная Америка; ■ — Азия; ||||| — другие регионы

следствия (рис.1), анализ которых проведен Дэвидом Виссом в работе [3]. Так, например, за десятилетний период с 1995 г. продажи транспортных средств на рынках индустриально развитых стран повысились (в натуральном выражении) только на 18 %. За тот же самый период продажи в остальной части мира выросли на 50 %. Таким образом, продажи автомобилей на рынках США, вероятно, будут расти медленнее их нормального ежегодного темпа приблизительно до уровня 17 млн. Таким образом, при прочих равных условиях, будущие прибыли автомобилестроителей будут практически полностью зависеть от их способности убедить покупателей приобретать более дорогостоящие модели транспортных средств бо-

соответственно. В конечном счете, когда на зрелых рынках стран Запада спрос на автотранспортные средства стабилизировался и эти автомобильные рынки в своем развитии переходят в фазу насыщения, мировым автомобилестроителям становится очевидным высокий потенциал новых автомобильных рынков Востока.

2. Динамика развития новых рынков автомобильного транспорта

В настоящее время в Китае и в Индии, которые имеют население 1,3 млрд и 1,1 млрд человек, соответственно, количество собственных автомобилей составляет менее 8 единиц на 1000 жителей в возрасте водителей транспортных средств (рис. 3, а). Одновременно с этим поку-

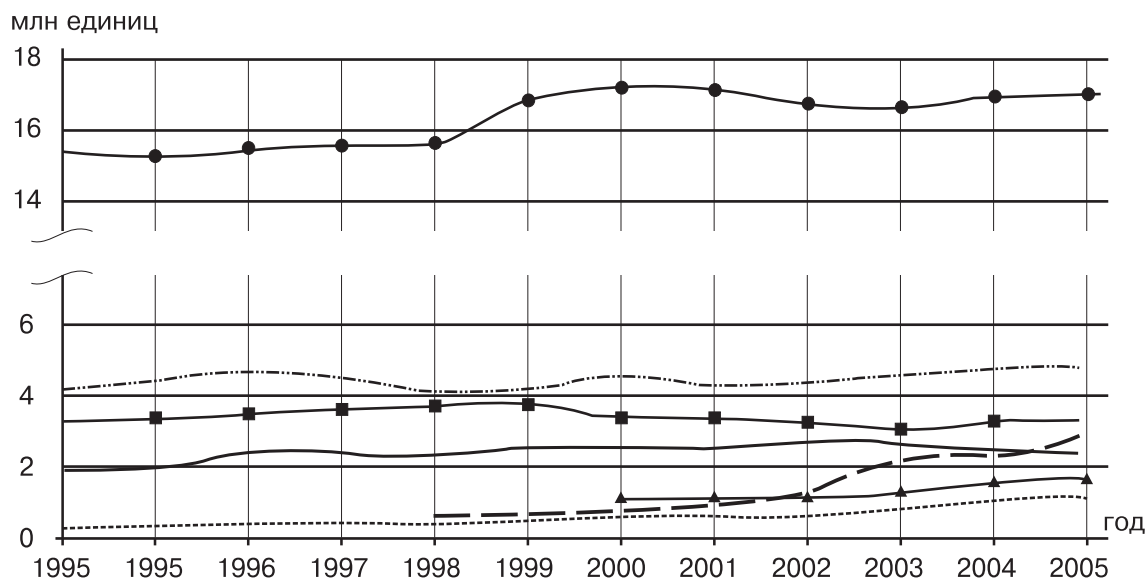
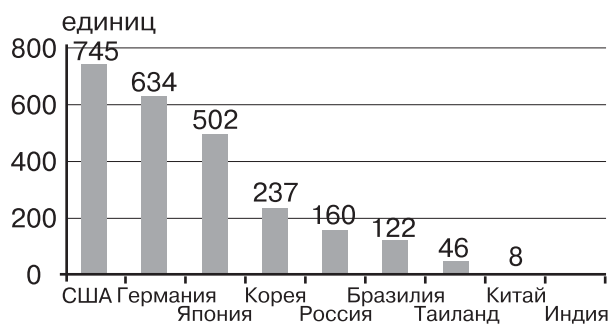
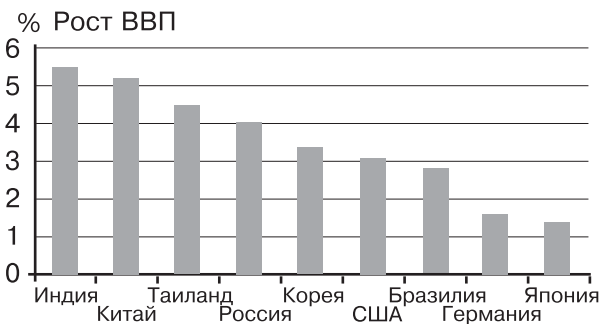


Рис. 2. Изменение мировых объемов продаж пассажирского автотранспорта за период 1995–2005 гг.:

—●— США; ——— Япония; —■— Германия; — Восточная Европа;
— — Китай; Индия; —▲— Россия.



а



б

Рис. 3. Количество автотранспортных средств на 1000 чел. водительского возраста в 2005 г. (а) и прогнозы экономического роста ВВП в различных странах мира на период до 2020 г. (б)

пательная способность трудоспособного населения в этих странах значительно возрастает, что следует из прогнозов роста валового внутреннего продукта этих стран на период до 2020 г. (рис. 3, б): в Китае – 5,2 %, в Индии – 5,5 % ежегодного роста. После Китая индийская автомобильная промышленность – второй наиболее быстрорастущий участник автомобильного рынка, в национальном сегменте которого в настоящее время суммарно насчитывается около 8 млн транспортных средств. Индия сегодня все еще находится во власти моторизованных велосипедов, но лег-

ковые автомобили представляют сегмент высокого роста. После интенсивного роста продаж в 2003 и 2004 гг. (см. рис. 4 и табл. 1), продажи легковых автомобилей в период между апрелем и ноябрем 2005 г. установились на более скромном уровне роста в 5,2%.

Автомобильные продажи на индийском рынке стимулируются несколькими способами:

- выпуском новых моделей транспортных средств,
- наращиванием производства автотранспорта с дизельными двигателями;

Таблица 1

Изменение продаж транспортных средств на индийском рынке**

Период времени	Грузовики		Пассажирский транспорт		Мотовелосипеды				Транспортных средств, всего	
	количество единиц	рост (%)	количество единиц	рост (%)	количество единиц	рост (%)	количество единиц	рост (%)	количество единиц	рост (%)
2000-01	136,585	-	690,56	-	3,634,378	-	181,899	-	4,643,422	-
2001-02	146,671	6.9	675,116	-2.3	4,203,725	13.50	200,275	9.2	5,225,787	11.1
2002-03	190,682	23.1	707,198	4.5	4,812,126	12.60	231,529	13.5	5,941,535	12.0
2003-04	260,114	26.7	902,096	21.6	5,364,249	10.30	284,078	18.5	6,810,537	12.8
2004-05	318,438	18.3	1,061,290	15.0	6,208,860	13.60	307,887	7.7	7,896,475	13.8

* Налоговый год завершается 31 марта.

** Источник: «Society of Indian Automobile Manufacturers» по материалам агентства «Standard & Poor's» и компании «The McGraw-Hill Companies, Inc.»/ Bissinger M., Wang Y., Kordyukova I. Dream Machines: Emerging Markets Beckon The World's Carmakers/ <http://www2.standardandpoors.com/servlet/>

● установлением низких процентных ставок по ссудам на приобретение автомобилей и на кредитные ресурсы для развития производства, что обеспечивает улучшение условий финансирования потребителя;

● сокращением местных налогов, которые составляют от 30 до 40 % отпускной цены автомобиля.

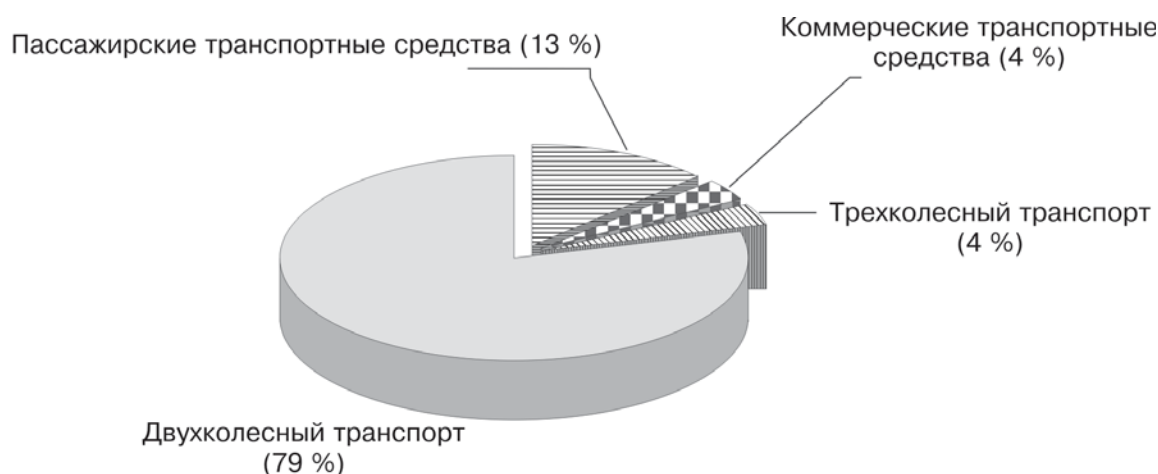
В отличие от Китая и Индии, реализация автомобилей на российском рынке, начиная с 2000 г., росла более скромными темпами на 7–8 % ежегодно. Клиенты на российском рынке автомобилей стали отдавать предпочтение более дорогим маркам.

Одним из факторов, которые поддерживают

высокие автомобильные продажи на возникающих рынках, является финансирование клиента. Влияние этого фактора более всего наблюдается в Индии, где распространение использования схем автомобильного кредитования и лизинга близко в среднем к 70 % от количества продаж, в отличие от 15–20 % для продаж в Китае и России. Подобно Китаю большинство покупателей на российском автомобильном рынке предпочитают приобретать автомобили, сразу и полностью оплачивая покупку.

2.1. Китайский рынок автомобилей

Один из трех больших развивающихся рынков – развивающаяся автомобильная промышлен-



Источник: Society of Indian Automobile Manufacturers

Рис. 4. Структура индийского рынка транспортных средств по результатам продаж в 2005 г.

ность Китая, которая представляет собой наиболее фрагментированный автомобильный рынок.

Структура рынка производителей автомобилей в Китае по их происхождению приведена в виде диаграммы (рис. 5) по состоянию на 2005 г., а динамика роста производства автотранспортных средств и прогнозы развития этой отрасли в Китае – на графике (рис. 6) по материалам отчета [4]. На китайском рынке немецкая компания «Volkswagen AG» почти 20 лет назад стала первым иностранным автомо-

билестроителем, что позволило ей до настоящего времени сохранить ведущую роль, хотя с тех пор наметилась тенденция к уменьшению ее доли на рынке. Коммерческий рост доходов этой компании на китайском рынке в последние годы замедлился, и ее доля на автомобильном рынке по результатам первых девяти месяцев 2005 г. составляет 17,3 % (рис. 5), что свидетельствует о резком снижении ее 60 %-ного объема, характерного для середины 1990-х годов.

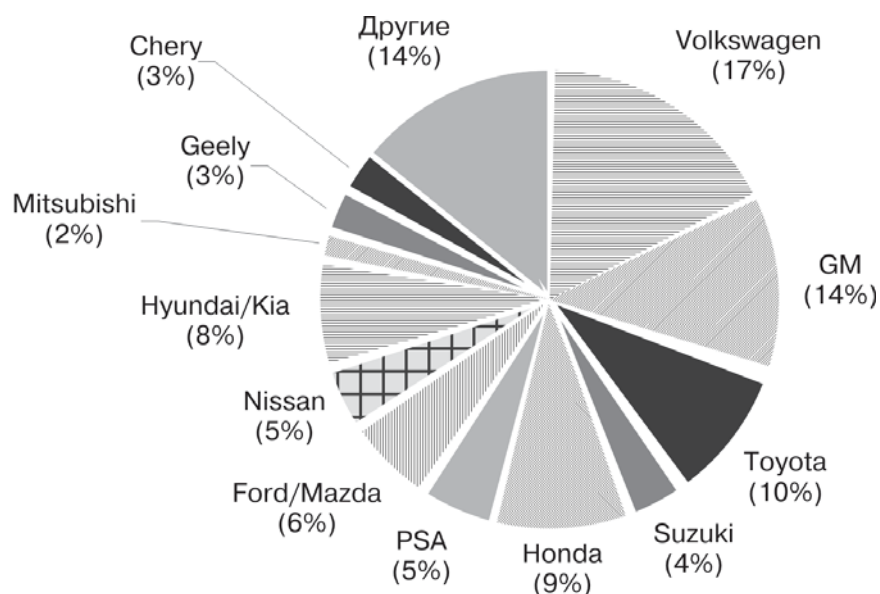
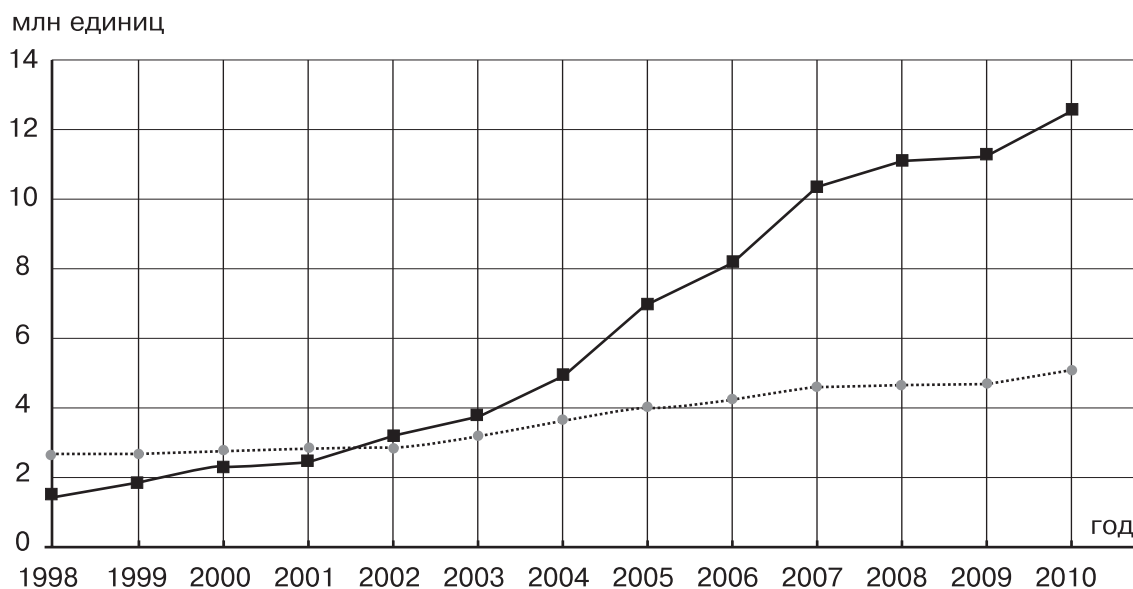


Рис. 5. Структура рынка производителей автотранспорта в Китае по результатам продаж за период январь-октябрь 2005 г.



Источник: CAAM, Fourin, Inc.

Рис. 6. Динамика роста производства автотранспортных средств в Китае и прогнозы развития отрасли:

—■— легковые автомобили;●..... коммерческий транспорт (включая миниавтомобили)

Эти данные свидетельствуют о возрастающем конкурентном давлении на компанию «VW» со стороны новых предложений в среднем классе автомобилей в том сегменте рынка, где она традиционно была самой сильной. Американская корпорация Дженерал Моторс («General Motors Corp.») является вторым крупным игроком на автомобильном рынке Китая. Продукция «GM» представляется шестью его совместными китайско-американскими предприятиями, благодаря чему «GM» имеет хорошие условия для капитализации ее активов на быстрорастущем китайском рынке, поэтому она находится в процессе существенного наращивания производственных мощностей в Китае. Модели автомобилей «GM» «Regal» and «Excelle» сумели потеснить продажи автомобилей «Santana», «Bora» и «Audi», производимых «VW». Теперь «GM» является игроком № 2 с 14 %-ой долей на китайском рынке. Среди других крупных иностранных производителей автомобилей в Китае можно назвать корпорации «Toyota Motor Corp.», «Suzuki Motor Corp.», компании «Honda Motor Co. Ltd.», «Peugeot S.A.», «Ford Motor Co.», «Nissan Motor Co. Ltd.» и «Hyundai

Motor Co.». Массовые инвестиции в автомобильную промышленность Китая позволят обеспечить к концу десятилетия производственные мощности с объемом выпуска более 12 млн автомобилей (рис. 6).

2.2. Индийский рынок автомобилей

Недостаточно зрелый индийский автомобильный рынок по оценке аналитиков [4], является более сконцентрированным, чем рынок автомобилей Китая, хотя иностранные участники проявляют к нему растущий интерес. Распределение долей среди индийских и мировых производителей автомобилей на индийском рынке представлено на гистограмме (рис. 7). Индийское национальное автомобилестроительное предприятие «Maruti Udyog Ltd.» (MUL), 54 % акций которого принадлежит японской корпорации «Suzuki Motor Corp.», сегодня доминирует на индийском автомобильном рынке, занимая приблизительно 50 %. В настоящее время этот производитель специализируется на производстве автомобилей малолитражного типа, но имеет серьезные планы в ближайшем будущем осваивать производство ав-

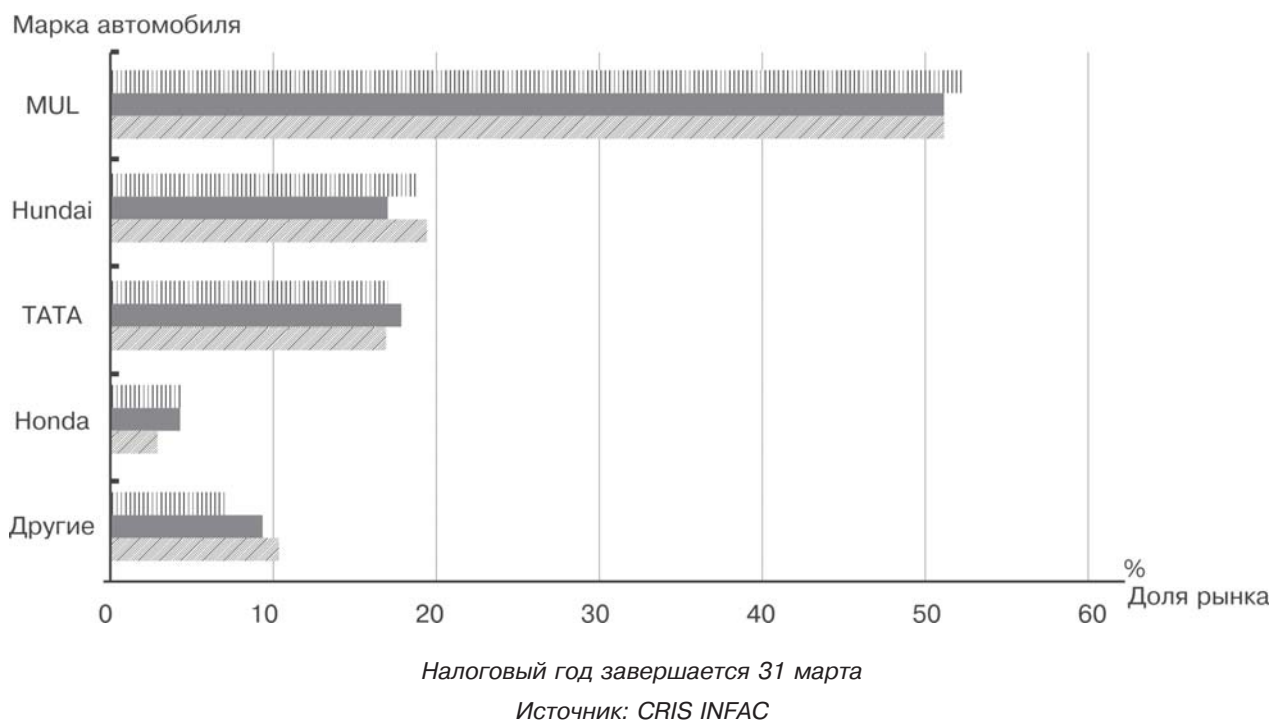


Рис. 7. Распределение долей рынка автомобилей среди автопроизводителей в Индии (в 2003-2006 гг.):

■ – 2003-04; ■ – 2004-05; ▨ – 2005-06

тотранспортных средств более высокого класса. Вторые по величине игроки на индийском автомобильном рынке – компания «Hyundai Motor India Ltd.», которая является филиалом корейской компании «Hyundai Motor Co.», и собственная индийская компания «Tata Motors Ltd.».

Однако, в отличие от Китая, Индия гораздо раньше начала строить значимый для национальной экономики экспортно-ориентированный бизнес легковых автомобилей, который характеризуется приблизительно 160 тыс. автомобилей, экспортируемых в 2004 г. (и существенным ростом экспорта, начиная с 50 тыс. единиц в 2001 г.). Филиал корейской компании «Hyundai Motor India Ltd.» является самым крупным автоэкспортером Индии.

2.3. Российский автомобильный рынок

Автомобильный рынок России из года в год планомерно растет, что подкрепляется рядом долгосрочных факторов. Среди основных можно выделить рост российской экономики и доходов населения, увеличение денежной базы, укрепление рубля по отношению к основным мировым валютам. Кроме того, локомотивом роста рынка являются потребительские креди-

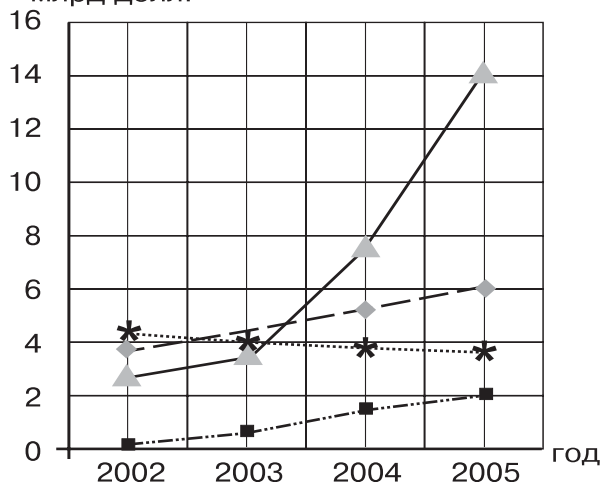


Рис. 8. Изменение объемов продаж автомобилей на российском рынке (млрд долл.) в 2002-2005 гг. [5]:

—◆— отечественные; —▲— новые иномарки;
 —■— иномарки отечественной сборки;
*..... старые иномарки

ты, объем которых с каждым годом становится все более значительным, а условия для покупателей автомобилей в кредит все выгоднее. В последние годы также отмечается рост рынка корпоративных продаж, которому способствует развитие лизинга, хотя этот сегмент пока еще только зарождается.

Россия остается наиболее быстрорастущим рынком автомобильных продаж в Европе. По данным российского информационного бюллетеня автомобильной промышленности [5], продажи автомобилей в России в 2005 г. достигли 26,0 млрд долл., демонстрируя 44 % рост по сравнению с 18,0 млрд долл. в 2004 году. Внутренние автомобильные продажи выросли с 5,2 млрд до 6 млрд долл., в то время как импорт новых автомобилей, включая местное сборочное производство, возрос с 9 млрд до 15,8 млрд долл. при снижении прямого импорта старых иномарок (рис. 8).

Численность продаж автомобилей на российском рынке в 2005 г. выросла на 10 % по сравнению с 2004 г. (рис. 9). Развитие рынка в натуральных абсолютных показателях характеризуется ростом продаж от 1,61 млн единиц транспортных средств в 2004 г. до 1,77 млн единиц в 2005 г. при снижении от 55 % до 47,5 % доли рынка внутренних национальных производителей. Аналитики рынка полагали, что в 2006-2007 гг. доля продаваемых иномарок,

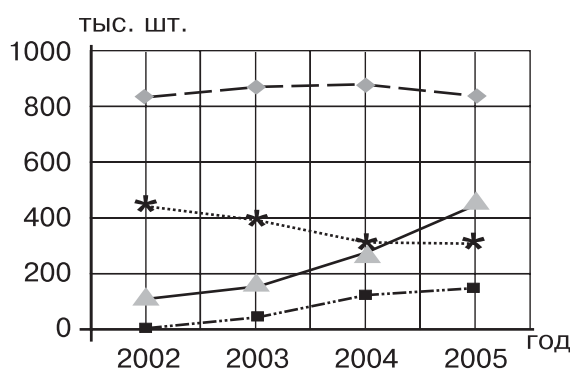


Рис. 9. Изменение численности продаж автомобилей на российском рынке (тыс. шт.) в 2002-2005 гг. [5]:

—◆— отечественные;
 —▲— новые иномарки;
 —■— иномарки отечественной сборки;
*..... старые иномарки



Рис. 10. Динамика продаж на российском автомобильном рынке [6]

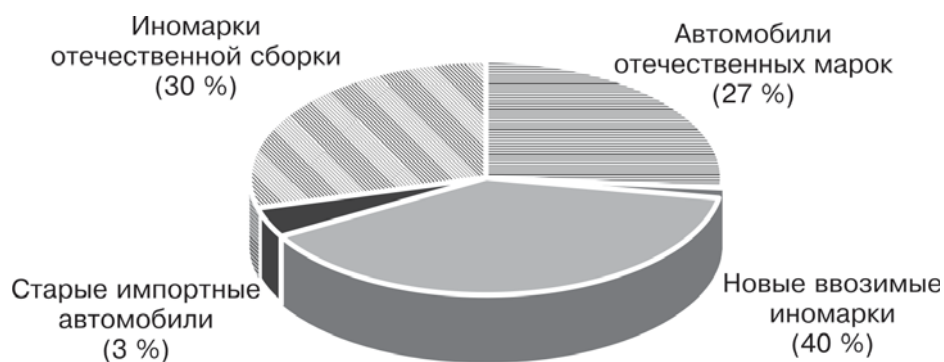
включая зарубежные автомобили местной сборки, будет увеличиваться.

По заявлениям, прозвучавшим в конце апреля 2006 г. от одного из руководителей российской автомобильной отрасли на публичном выступлении в телевизионной программе канала НТВ, следует, что экспортные продажи отечественных производителей (в основном АвтоВАЗа) в 2005 г. составили 151 тыс. автомобилей. При этом количество автомобилей, изготовленных на сборочных заводах иностранных производителей на территории России, составляло 156 тыс. автомобилей, из которых на территории России в 2005 г. были проданы те же 151 тыс. иномарок российской сборки. Таким образом, в 2005 г. существовало некое равновесие в количественных показателях между российским экспортом легковых автомобилей отечественного производства и сборкой иномарок на территории России по лицензиям зарубежных производителей.

Необходимо отметить, что основным итогом первого полугодия 2006 г. было превышение объемов продаж новых иномарок над отечественными автомобилями. Если в I квартале 2006 г. минимальный перевес все же оставался за российскими марками (50,44% на 49,56%), то II квартал показал окончательную

победу иномарок (47,95% на 52,05%). Перераспределение долей российского рынка в сторону иномарок (рис. 10) имеет устойчивую тенденцию, поэтому можно с уверенностью говорить о том, что в дальнейшем изменение этих долей продолжится в том же направлении. Вообще II квартал 2006 г. на российском рынке оказался рекордным. Объем продаж новых автомобилей в апреле–июне составил 478,8 тыс. автомобилей. Напомним, что ежеквартальный объем рынка до 2004 г. не превышал 300 тысяч автомобилей, а в конце 2005 г. немного не дотягивал до отметки в 400 тыс. машин. В 2007 г. эти тенденции усилились.

Текущие показатели развития российского рынка автомобилей позволяют говорить о скором достижении уровня продаж до 2 млн новых автомобилей в год. Скорее всего, это случится уже в 2007 г. По оценкам экспертов, годовой уровень продаж в 2,5 млн автомобилей российский рынок может преодолеть в 2009 г., а по итогам 2010 г. не исключено, что можно будет констатировать продажи новых автомобилей в объеме 3 млн штук. По прогнозам международных экспертов, в перспективе до 2014 г. доля иностранных автомобилестроителей на рынке России будет неуклонно повышаться (рис. 11). К 2010 г. российский рынок



Источники: ASM-Holding, Renaissance Capital

Рис. 11. Среднесрочный прогноз изменения распределений долей рынка автомобилей в России среди автопроизводителей к 2014 г. [3]

может выйти на второе место в Европе после Германии, опередив Италию, Францию и Великобританию. Доля иномарок к тому времени составит три четверти от общего объема рынка, а из российских марок сохранить свою нишу, по мнению экспертов, удастся лишь таким производителям, как АвтоВАЗ и УАЗ.

Для того чтобы утвердиться на российском рынке иностранные автомобилестроители следовали и продолжают придерживаться трех стратегий.

Во-первых, сначала через организацию совместных предприятий с внутренними партнерами, таких как «GM-AvtoVAZ» или СП «Avtoframos», которое является совместным предприятием компании «Renault S.A.» и московского правительства.

Во-вторых, через организацию сборочных производств на базе отечественных предприятий в соответствии с приобретенными лицензиями (таких, например, как компании «Hyundai» на ТагАЗе; «KIA Motors Corp.» на ИЖ-Авто и на Автоторе).

В-третьих, через организацию собственных сборочных заводов по схеме «чистого поля» (компания «Ford Motor Co.», корпорация «Toyota Motor Corp.»).

В соответствии с прогнозом, выполненным специалистами компаний «ASM-холдинг» и «Ренессанс-капитал» (рис. 11), доля рынка автомобилей зарубежных марок, собранных на терри-

тории России, также как и доля экспорта новых иномарок, будут в среднесрочной перспективе расти и к 2014 г. достигнут уровня 30 и 40 %, соответственно, при неуклонном сокращении доли отечественных автомобилей до 27 %.

По другим прогнозам [7], доля российских производителей легковых автомобилей отечественных марок сократится до 24 % уже к 2010 году (рис. 12).

Суммарный объем рынка легковых автомобилей в России по итогам первого полугодия 2006 г. составил 14,36 млрд долл., что на 44,5 % больше, чем за аналогичный период 2005 г. В том числе на долю автомобилей LADA в первой половине 2006 г. приходилось 17,1 % от общих затрат покупателей автомобилей. Годом ранее доля автомобилей марки LADA была равна 21,2 %. Другие российские марки также снизили свою долю с 3,8 % в первой половине 2005 г. до 2,7 % в 2006 г. А вот доля новых иномарок в очередной раз увеличилась, причем значительно.

Сейчас они занимают уже 64,8 % от общей емкости российского рынка, тогда как годом ранее этот показатель равнялся 58,2 %. Доля поддержанных иномарок сократилась с 16,8 % до 15,4 %.

В начале 2006 г. аналитики прогнозировали рост суммарной емкости российского рынка легковых автомобилей в 2006 г. на 33,5 %, который оценивался на уровне 31,5 млрд долл.



Рис. 12. Среднесрочный прогноз изменения распределения долей рынка автомобилей в России среди автопроизводителей к 2010 г. [7]

(табл. 2). Предполагалось, что более 20 млрд из этих денег покупатели потратят на новые иномарки, что на 53,9 % больше, чем было потрачено в 2005 г.

Емкость рынка автомобилей LADA по итогам 2006 г. прогнозировалась на уровне 5,17 млрд долл., что на 10,4 % превышало аналогичный показатель 2005 г. По другим российским маркам автомобилей, несмотря на существенное снижение количественных показателей (на 21,8 %), финансовая емкость ожидалась на уровне 2004 г. – 750 млн долл. Это обусловлено ростом цен на российские автомобили и существенным сокращением с 2006 г. объемов продаж автомобилей «Ока», которые традиционно занимали нишу самых дешевых машин. При этом прогнозировалось, что продажи более дорогих отечественных моделей будут возрастать.

В секторе поддержанных иномарок по итогам 2006 г. в его начале прогнозировалось снижение объемных показателей (на 11,1 %) при

небольшом росте затрат потребителей (+3,7 %) (табл. 2). Это, по мнению аналитиков, в первую очередь связано с ростом средней цены на ввозимые в Россию автомобили, которая рассчитывалась специалистами, исходя из оценочных данных по импорту автомобилей физическими лицами. Как показывают данные по динамике роста продаж на российском рынке автомобилей (рис. 10), выполненные специалистами краткосрочные (табл. 2) и среднесрочные (рис. 12) прогнозы оказались достаточно убедительными и имеют высокую степень точности описания развития реальной ситуации. Они вполне оправдались, и тенденции, связанные с ростом предпочтений российских покупателей в отношении легковых иномарок, продолжают развиваться и в 2007 г.

В среднесрочной перспективе благодаря реализации упомянутых ранее проектов «Renault Logan» и «Kia Spectra» суммарный объем выпуска этих марок достигнет к 2010 г. 250 тыс. автомобилей. Дальнейшее развитие российской авто-

Таблица 2

Краткосрочные прогнозы изменений емкости российского рынка легковых автомобилей [8]

Марка	Параметр	6 месяцев		Изменение		Год		Изменение	
		2005	2006	шт.	%	2005	2006, прогноз	шт.	%
LADA	Продажи, тыс. шт.	326,6	344,3	17,7	5,4	704,3	680,0	-24,3	-3,5
	Средняя цена, долл.	6438,6	7136,0	697,5	10,8	6648,0	7600,0	952,0	14,3
	Затраты, млн долл.	2102,8	2456,9	354,1	16,8	4682,2	5168,0	485,8	10,4
Другие российские	Продажи, тыс. шт.	68,1	57,0	-11,1	-16,3	127,9	100,0	-27,9	-21,8
	Средняя цена, долл.	5579,5	6839,9	1260,4	22,6	5855,0	7500,0	1645,0	28,1
	Затраты, млн долл.	380,0	389,9	9,9	2,6	748,9	750,0	1,1	0,1
Новые иномарки	Продажи, тыс. шт.	271,2	417,1	145,9	53,8	614,3	900,0	285,7	46,5
	Средняя цена, долл.	21325,0	22300,0	975,0	4,6	21900,0	23000,0	1100,0	5,0
	Затраты, млн долл.	5783,3	9301,3	3518,0	60,8	13453,2	207000,0	7246,8	53,9
Подерж. иномарки	Продажи, тыс. шт.	115,0	130,0	15,0	13,0	315,0	280,0	-35,0	-17,1
	Средняя цена, долл.	14500,0	17000,0	2500,0	17,2	15000,0	17500,0	2500,0	16,7
	Затраты, млн долл.	1667,5	2210,0	542,5	32,5	4725,0	4900,0	175,0	3,7
Всего	Продажи, тыс. шт.	780,9	948,4	167,5	21,4	1761,5	1960,0	198,5	11,3
	Средняя цена, долл.	12720,8	15138,3	2418,6	19,0	13403,0	16080,6	2677,6	20,0
	Затраты, млн долл.	9933,6	14358,1	4424,5	44,5	23609,2	31518,0	7908,8	33,5



мобильной промышленности, вероятно, будет зависеть и от других проектов зарубежных производителей автомобилей. Например, корпорация «Toyota Motor Corp.» уже строит завод в Санкт-Петербурге, на котором в 2008 г. будет запущено сборочное производство модели «Toyota Camry» для российского рынка, а компания «Volkswagen AG» объявила в 2006 г. о своем решении организовать сборочное производство в ближнем Подмосковье. На одном из заседаний правительства Ленинградской обл. в пресс-релизе от апреля 2006 г. было сообщено о принятом решении автомобильного концерна «Nissan» построить завод под Санкт-Петербургом. Предполагается, что завод начнет свою работу в 2009 г. Выйдя на полную мощность, «Nissan» будет сначала выпускать около 50 тыс. автомобилей в год. По словам губернатора Санкт-Петербурга, речь идет о «народных» марках, которые смогут позволить себе петербуржцы. Это седаны «Альмера» и «Примера». Компания планирует вложить в развитие новой про-

изводственной площадки 200 млн долларов.

Известно также, что компания «Mitsubishi» заявила в 2006 г. о планах открыть производство в России, но конкретный регион, где будет разворачиваться производство, до сих пор не определен.

Необходимость обеспечения доходности для внутренних центров автомобилестроения России, которые в значительной степени базируются на неэффективных заводах страны, заставляет автомобилестроителей сосредоточиться на выпуске малобюджетных, дешевых автомобилей. Экономическая неэффективность отечественного автомобильного производства часто компенсируется низкими полными производственными издержками, позволяя отечественным производителям достигнуть уровней доходности, сопоставимых с доходами мировых лидеров автомобилестроения, которая, конечно же, несколько ниже, чем характерная ожидаемая доходность на других новых и развивающихся автомобильных рынках [9].

Заключение

Продвижение лидеров мирового автомобилестроения на развивающиеся рынки и перемещение производственных мощностей определяется глобализацией экономики и процессами глобализации конкуренции в отношении трудовых, сырьевых и энергетических ресурсов.

В настоящее время российский автомобильный рынок, наряду с автомобильными рынками Индии и Китая, является весьма перспективным и привлекательным для мировых автопроизводителей. Успешное освоение этих перспективных рынков возможно благодаря развитию и широкому использованию современных финансовых инструментов инвестирования в автомобилестроение.

Успешная конкурентная борьба отечественных производителей автомобилей и их выживаемость в ближайшей перспективе будет тесно связана как их успехами в обеспечении качества выпускаемой продукции и качества интеллектуального капитала предприятий, так и с практическим освоением современных способов продвижения продукции на рынке и финансирования инвестиций в развитие отрасли.

Список литературы

1. Bissinger M., Wang Y., Kordyukova T. Dream Machines: Emerging Markets Beckon The World's Carmakers. (По материалам агентства «Standard & Poor's» и компании «The McGraw-Hill Companies, Inc.»). <http://www2.standardandpoors.com/servlet/>.
2. Examine issues confronting the global auto manufacturing industry. Teleconference. «Standard & Poor's». 2006. March 14. 11:00 a.m. U.S. Eastern Time (16:00 PM GMT). <http://www.standardandpoors.com>.
3. David Wyss. For Carmakers, No Easy Drive To Growth. Reprinted from Ratings Direct. <http://www.ratingsdirect.com>. Висс Д. Для автомобилестроителей нет легкого роста (по материалам агентства «Standard & Poor's»). <http://www.standardandpoors.com>.
4. Биссинджер М., Ванг Я., Кордюкова Т. Автомобили мечты: возникающие рынки машин мировых производителей автомобилей (по материалам агентства «Standard & Poor's» и компании «The McGraw-Hill Companies, Inc.»); Bissinger M., Wang Y., Kordyukova T. Dream Machines: Emerging Markets Beckon The World's Carmakers. <http://www2.standardandpoors.com/servlet/>.
5. Автомобильные продажи в 2005 году // Российский информационный бюллетень автомобильной промышленности (Санкт-Петербург). http://www.buyusa.gov/russia/en/overview_nw.html.
6. Газман В. Рынок лизинговых услуг России–2005 // Лизинг-ревью. 2006. № 28.
7. Технологии лизинга и инвестиции // Вестник Российской ассоциации лизинговых компаний. 2006. Сентябрь.
8. Лизинг // 2006. Июнь–август.
9. Bochkov J.V. Chinese car making industry in comparison with Russian: Китайская автомобильная промышленность в сравнении с Российской: Курсовая работа (на правах рукописи). Course work (as the manuscript). California LA: LMU. 2006. – 12 p.