

Пономарева Светлана Васильевна, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и финансы»
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»
тел.: +7 (342) 2-198-064
e-mail: psvpon@mail.ru

Деев Павел Андреевич, студент кафедры «Экономика и финансы»
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»
тел.: +7-963-873-99-62
e-mail: yawle@mail.ru

Шабардин Артем Олегович, студент кафедры «Экономика и финансы»
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»
тел.: +7-999-115-53-95
e-mail: tema592010@gmail.ru

АЛГОРИТМ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПРОДАЖ, ОСНОВАННЫЙ НА СУЩЕСТВУЮЩИХ РЕЙТИНГАХ И СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Аннотация: в статье приведены статистические данные продаж легковых автомобилей в России. Российский рынок по объему продаж легковых и легких коммерческий автомобилей за первое полугодие 2015 г. занимает 12 место в мире. Отмечается существенное снижение автомобильных продаж в 2013-2015 гг., стремительное снижение продаж продолжится и в 2016 г. Предложены пути решения проблем, направленные на увеличение продаж на автомобильном рынке - применение стимулирующих программ, льготный государственный автокредит, продление программы утилизации и программы trade-in.

Ключевые слова: автомобиль, компания, рейтинг, продажи, статистические данные, кредит, льгота.

Abstract: the article presents the statistics of sales of cars in Russia. The Russian market in terms of sales of cars and light commercial vehicles for the first half 2015 ranked 12th in the world. There is a significant decline in car sales in 2013-2015., the rapid decline in sales will continue in 2016. The ways of solving problems, to increase sales in the automotive market - the use of incentive programs, reduced government car loan, extension of the recycling program and the trade-in program.

Keywords: car, company, rating, sale, statistics, credit, Allowance.

Основная часть

Автомобильная промышленность - одна из ведущих отраслей промышленности России. По объемам продаж российский рынок легковых и легких коммерческих автомобилей за 2014 г. занимает седьмое место в мире, за первое полугодие 2015 г. занимает 12 место в мире. За последние 70 лет возросло значение транспорта, и более зримо проявилась его роль как важнейшего звена инфраструктуры. В настоящее время в России автомобильная промышленность представлена российским и зарубежным производством.

Актуальность темы исследования связана с низкими продажами автомобилей в России. В связи с этим необходимо решить основные проблемы, возникающие при продаже автомобилей.

Цель исследования - проанализировать динамику продаж легковых и легких коммерческих автомобилей в России, и предложить алгоритм продаж, позволяющий повысить продажи автомобилей.

Научная полемика в области исследования активно ведется среди таких отечественных авторов как: Светлана Семеновна Титова, Владимир Борисович Кондратьев, Игорь Александрович Моржаретто, Петрова Марина Алексеевна, Алексей Владимирович Макаренко.

АвтоВАЗ – крупнейшая российская автомобилестроительная компания. Продажи ПАО «АвтоВАЗ» по итогам 9 месяцев 2015 года снизились на 33,5 %, чем за 9 месяцев предыдущего года. Объемы продаж автомобилей LADA также снизились на 28,3 % за этот же период.

Автомобили LADA традиционно сохраняют лидерство на автомобильном рынке России. В 2014 году доля LADA составила 16,4 %, а по итогам 9 месяцев 2015 года выросла до 18,1 %, опередив ближайшего конкурента почти в 2 раза.

Среди факторов, оказывающих негативное влияние на рынок, можно назвать снижение темпов роста российской экономики, нестабильную финансовую ситуацию и падение курса рубля, а также высокую стоимость владения автомобилем. Плюс ко всему ужесточаются условия автокредитования, что в первую очередь отражается на продажах бюджетных автомобилей.

Как показывает зарубежный опыт, существенного увеличения продаж автомобилей можно добиться и путем введения различных стимулирующих программ при покупке автомобиля. Это отражает тот факт, что объемы продаж автомобилей отечественного производства напрямую зависят от покупательской способности населения страны. В целях стимулирования спроса на отечественные автомобили государству необходимо внедрять компенсационные меры по автокредитам, по транспортировке машин по территории страны и т. д. При этом следует иметь в виду, что покупка автомобиля в этом случае может иметь некоторые социальные издержки. Например, покупка автомобиля в кредит, как правило, заставляет малообеспеченных жителей страны отказываться от покупки многих других видов продукции отечественных производителей: бытовой техники, строительных материалов и т. д. [2]

Судьба отечественного автопрома зависит от успешной деятельности самих автомобильных компаний. Так, компания АвтоВАЗ подготовила собственную программу развития до 2020 г., в которой планировалось к 2013 г. увеличить объем продаж до 1 млн автомобилей в год для поддержания лидирующих позиций АвтоВАЗа на внутреннем рынке (не менее 25 %)[1]. Сейчас очевидно, что даже эти цели не достигнуты: объем продаж автомобилей в 2013 г. составил лишь 420 тыс., что более чем в 2 раза меньше запланированного объема, а их доля на внутреннем рынке составила всего 16,4 % [3].

Согласно программе развития, представленной Министерством промышленности и торговли РФ, к 2020 г. на заводе ОАО «АвтоВаз» планируется существенное повышение качества выпускаемых автомобилей при одновременном достижении уровня производительности труда, сопоставимого с передовыми международными автомобильными компаниями. Данные задачи могут быть решены в настоящее время за счет инноваций как технического, так и технологического характера. Для реализации этих

целей предусматривается объем инвестиций в размере 183,5 млрд р. за десятилетний период, направляемых на разработку и внедрение технических и технологических инноваций. К 2020 г. планируется увеличение объемов производства до 1,2 млн ед. в год (постановка на производство девяти новых моделей) [1].

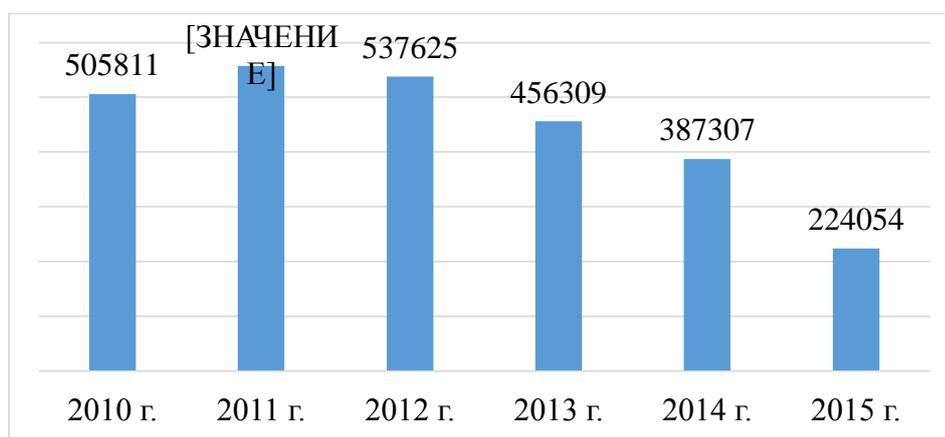


Рисунок 1 - Показатели реализации автомобилей Lada на рынке РФ за 2010 - 2015 гг. (штук). 2015 г. - показатели за период январь – октябрь 2015 г.

Объем продаж автомобилей Lada в России с 2011 г. падает, большой провал случился в 2013 г., когда разница с 2012 г. составила чуть меньше 80 тыс. автомобилей. Всего в 2015 г. следует ожидать 265-275 тыс. автомобилей.

С 2013 г. самый продаваемый автомобиль в России – Lada Granta. Продажи в 2013 г. составили 166947 автомобилей, в 2014 г. 152810 автомобилей, в 2015 г. за период январь – октябрь продажи составили 99653 автомобилей.

В целом в России продажи всех автомобилей в январе 2015 г. упали на 24,4 %, или на 37272 штук по сравнению с январём 2014 г., уровень продаж продолжил падать. Так июль 2015 г. ознаменовался падением уровня продаж на 27,5 %, или на 49 691 штук по сравнению с июлем 2014 г. Всего в первом полугодии 2015 г. было продано 913181 автомобилей.

В октябре 2015 г. продажи сократились на 38,5 %, или на 81407 штук по сравнению с октябрём 2014 г., и составили 129 958 автомобилей. Всего в январе - октябре 2015 г. было продано 1322681 автомобилей. В целом за 10 месяцев реализовано 1,32 млн. автомобилей, что на 33,6 % меньше чем за аналогичный период 2014 г.

Особенность ситуации заключается в том, что запасы автомобилей производства 2014 г. по низкой цене почти распроданы, и намного раньше, чем обычно. В то же самое время, следуя колебаниям курса, цены на автомобили производства нового года увеличились значительно больше, чем обычно.

Таблица 1 - 15 наиболее продаваемых новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России за период и январь - октябрь 2015-2014 гг.

Марка	Январь - октябрь 2015 г.	Январь - октябрь 2014 г.	В % к предыдущему году
Lada	224054	321590	-30
KIA	134160	154813	-13
Hyundai	133530	148242	-10
Renault	98143	156098	-37
Toyota	79400	128466	-38
Nissan	75402	126313	-40
VW	62906	103119	-39
Skoda	45753	70619	-35
Chevrolet	43327	99142	-56
ГАЗ ком.авт.	41735	54743	-24
УАЗ	37778	36964	2
Mercedes-Benz	35546	40673	-13
Mitsubishi	31139	59586	-48
Ford	30508	50226	-39
Datsun	27146	2299	1081

Тройка лидеров по продажам за период январь - октябрь 2015 г. – Lada - 224 тыс. автомобилей, снижение продаж на 30 % за аналогичный период 2014 г., Hyundai - 148,6 тыс. снижение продаж на 13 % за аналогичный период 2014 г., KIA - 148,3 тыс. автомобилей, снижение продаж на 10 % за аналогичный период 2014 г.

Таблица 2 - 15 наиболее продаваемых моделей новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России за период и январь - октябрь 2015-2014 гг.

Модель	Марка	Январь - октябрь 2015 г.	Январь - октябрь 2014 г.	В % к предыдущему году
Granta	Lada	99653	128885	-22,7
Solaris	Hyundai	95047	95008	0,04
New Rio	KIA	80667	73516	9,7
Polo	VW	36015	48425	-25,6
Logan	Renault	34546	46921	-26,4
Duster	Renault	34313	62567	-45,2
Largus	Lada	32806	54090	-39,3
Kalina	Lada	32011	54684	-41,5
4x4	Lada	30265	34542	-12,4
Camry	Toyota	25551	27577	-7,3
Niva	Chevrolet	25357	32616	-22,3
Sandero	Renault	25181	29885	-15,7
Priora	Lada	23171	38643	-40,0
Almera	Nissan	22019	38759	-43,2
RAV 4	Toyota	21772	29345	-25,8

Среди моделей лидируют: Lada Granta - 99653 автомобилей, продажи снизились на 22,7 %, Hyundai Solaris 95047 автомобилей, продажи повысились на 0,04 % и KIA Rio 88920 автомобилей, продажи повысились на 9,7 %.

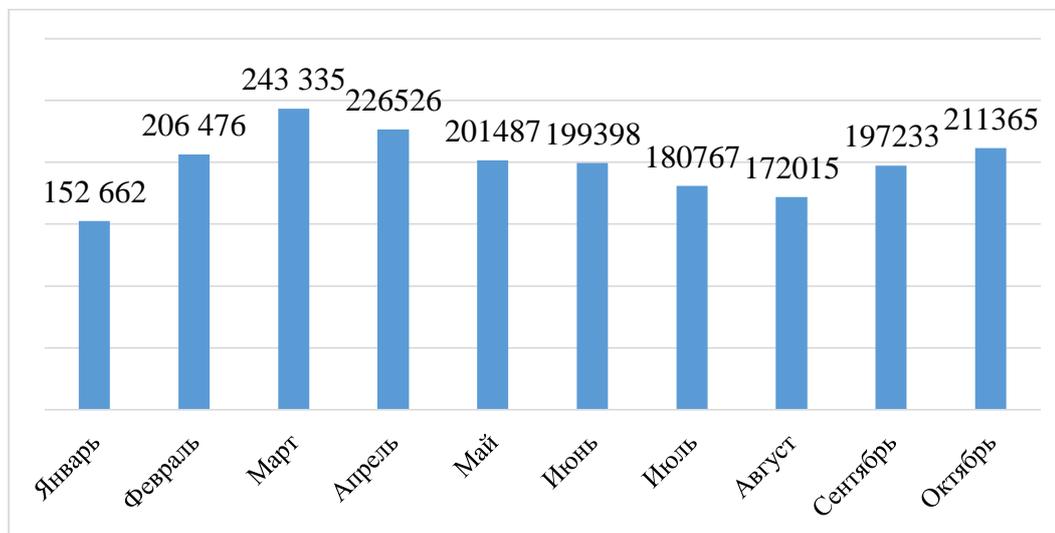


Рисунок 2 - Динамика продаж новых автомобилей в России за период январь - октябрь в 2014 г. по месяцам (штук)

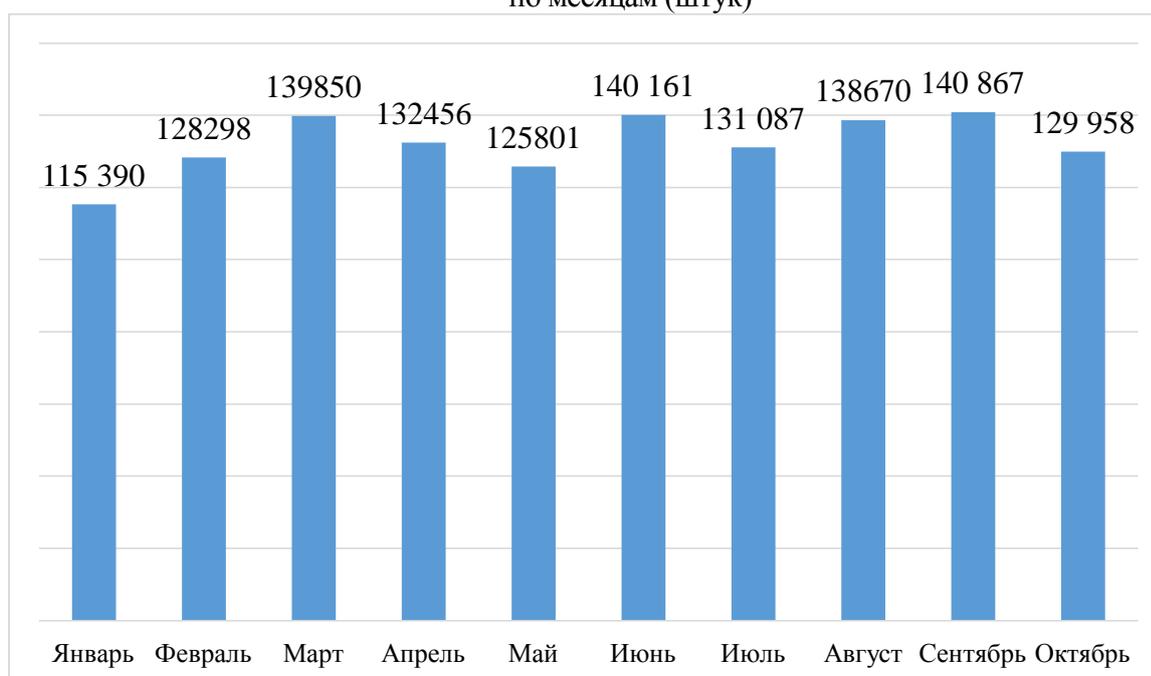


Рисунок 3 - Динамика продаж новых автомобилей в России за период январь - октябрь в 2015 г. по месяцам (штук)

2015 г. является еще более убыточный по продажам автомобилей, чем 2014 г., который итак терпел убытки. В 2015 г. ни один месяц не превысил планку продаж в 200 тыс. автомобилей, когда в том же 2014 г. 5 месяцев превысили планку в 200 тыс. автомобилей.

По итогам 2015 г. продажи могут сократиться на 25 % - это оптимистичный прогноз, на 40 % - это пессимистичный прогноз. По итогам года продажи могут составить 1,4-1,6 млн. Продажи по итогам текущего года окажутся ниже прошлогоднего результата на 33-37 %. Продажи легковых и коммерческих автомобилей в 2016 г. в лучшем случае составят 1,5–1,7 млн шт., в худшем – снизятся до 1,2–1,3 млн.

С российского автомобильного рынка за последний год ушли многие производители это такие как: SEAT, Dodge, Luxgen, ZAZ, «Богдан», Chrysler, FAW, JAC Motors, BYD, Alfa Romeo.

В скором времени уйдет OPEL. GM сконцентрируется на продажах только премиальных брендов Chevrolet и Cadillac, Chevrolet оставит в России только премиальные модели Corvette, Tahoe и Camaro. Остатки машин распродают.

В 2016 году развитие продаж в большей степени будет зависеть от следующих факторов:

- развитие дилерской сети. Привлечение в семью дилеров крупных профессиональных автомобильных холдингов поможет увеличению продаж;
- качественное развитие дилеров. Создание системы оценки ключевых показателей дилерских предприятий позволит улучшить качество обслуживания клиентов и как следствие повысить удовлетворенность и лояльность потребителей;
- повышение эффективности работы персонала, непосредственно занимающегося продажами;
- улучшение внутренних процессов, таких как заказ автомобилей дилерами, доставка автомобилей, а также улучшение IT-систем;
- эффективный маркетинг. Повышение эффективности дилерского маркетинга. Создание ассоциации крупных дилеров.

В случае снижения продаж следует:

- оптимизировать состав базовых комплектаций и применять пакеты опций;
- модернизировать и обновлять модельный ряд;
- осуществлять мероприятия по повышению уровня осведомленности потребителей о продукте;
- внедрения мероприятий по снижению себестоимости, в том числе по унификации деталей кузова, интерьера, электронных систем автомобилей;
- проводить активные коммуникационные рекламные мероприятия;
- изменения конструкции автомобилей и оснащения в соответствии с современными требованиями потребителей;
- улучшения условий и сроков гарантийных обязательств, в соответствии с требованиями рынка.

Для предотвращения рисков применяются различные способы реагирования на них:

- уклонение от риска, например, отказ от рискованных проектов;
- сокращение объемов незавершенного производства;
- улучшение эффективности потребления материалов;
- предотвращение риска, т.е. проведение превентивных мероприятий с целью либо

полного устранения риска, либо уменьшения возможных убытков и вероятности их наступления;

- снижение себестоимости производимых автомобилей за счет оптимизации производственно-хозяйственной деятельности, снижение накладных расходов, и рост производительности труда;

- поддержка локализации производств поставщиков;
- централизация закупочной деятельности;
- проведение реструктуризации базы поставщиков;
- сокращение расходов на логистику;
- сокращение расходов на ремонт и содержание производства;
- улучшение качества выпускаемой продукции;
- улучшение потребительских характеристик автомобиля за счет внедрения новых опций.

Заключение. В текущем году российский авторынок достигнет дна, после чего начнет медленно восстанавливаться. В январе продажи новых автомобилей обвалились на четверть, по сравнению с январём 2014 г. Продажи автомобилей смогут выйти на докризисный уровень лишь минимум через 5 лет. Продажи новых легковых автомобилей по итогам 2015 г. составят порядка 1,5 млн шт., что на 36 % ниже результатов 2014 г.

Чтобы обеспечить существенную поддержку рынка в 2016 г., нужно продлить программы господдержки - льготный государственный автокредит, программа утилизации и trade-in, как это сделали в 2015 г., госпрограммы обеспечили порядка 38 % продаж, однако их действие заканчивается, и уже не приносят такого эффекта, как в самом начале. Поэтому отрицательная динамика рынка будет усиливаться.

В 2016 г. продажи новых автомобилей в лучшем случае составят 1,4-1,5 млн. шт., если курс рубля стабилизируется, а в худшем сократятся на 20–30 %. Рынок будет

зависеть от того, сохранятся ли программы господдержки. Точные прогнозы будут зависеть от результатов ноября - декабря.

В условиях роста производства на российской территории зарубежной автотехники отечественный автопром готовится к следующему этапу своего развития - расширению производства отечественных автокомпонентов и укреплению международного научно-технического сотрудничества. Ряд отечественных автозаводов экспортирует свою продукцию за рубеж. Главным преимуществом российской продукции является простота конструкции и конкурентная цена.

Перспективы развития автопрома в России зависят от того, насколько эффективно он сумеет овладеть передовыми технологиями, предоставляемыми иностранными партнерами, и пойдут ли в эту сферу достаточные инвестиции.

Автомобиль имеет значительное место в жизни человека, обеспечивает высокую мобильность, эффективность труда, определяет современный образ жизни общества. Поэтому проблема автомобильного рынка в России актуальна, как никогда раньше.

Библиографический список

1. Кондратьев В.Б. Автопром: Кризис и инновации // Мировая экономика и международные отношения. 2014. № 3. С. 12-21.
2. Макаренко А.В. Состояние и направления развития рынка легковых автомобилей России // Региональная и отраслевая экономика Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки № 2(192), - 2014. – С. 31-37
3. Моржаретто И.А. Отложенный спрос // За рулем. 2014. № 3. 14 с.
4. Официальный сайт [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://www.aeprus.ru/> - (дата обращения: 15.11.2015 г.)
5. Официальный сайт [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://www.lada.ru/> - (дата обращения: 16.11.2015 г.)