

Гаянова Венера Медетовна

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

Чалдаев Андрей Олегович

студент

Ялунина Екатерина Николаевна

д-р экон. наук, профессор, преподаватель

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВТОМОБИЛЕЙ «ЛАДА» В РАМКАХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Аннотация: в статье исследуется конкурентоспособность автомобилей концерна «АвтоВАЗ». Авторы отмечают положительную динамику, но не упускают из вида ряд нерешенных задач и проектов.

Ключевые слова: АвтоВАЗ, автомобильный рынок, автомобили.

Автомобильный рынок в Российской Федерации, как и экономика в целом, переживает сейчас тяжелые времена. Реальные доходы людей падают, а цены на отечественные и особенно зарубежные товары растут. В первую очередь люди сокращают расходы на предметы роскоши, дорогостоящие товары. Как раз одним из таких товаров и являются автомобили.

Российский автомобильный рынок с течением времени становится все более обширным. Если в 2001 году на 100 домохозяйств в среднем приходилось 27 легковых автомобилей (такой же показатель в этом году был по велосипедам), то в 2006 году – уже 35 автомобилей. Затем произошел «автомобильный бум»: к 2012 году на 100 семей приходилось уже 54 автомобилей. По последним опросным данным, на 100 российских домохозяйств приходится уже 61 автомобиль. Значительное увеличение парка легковых автомобилей в России видно по статистике транспортных средств, стоящих на учете ГИБДД МВД России. Число легковых автомобилей (в среднем 75–80% от общего числа транспортных средств в

России) за 6 лет выросло на треть – с 33 млн в 2009 году до 44 млн в 2015 году, причем половину автопарка составляют автомобили иностранных марок. Более четверти всех иномарок – 5,6 млн автомобилей – собрано на территории России.

На этом фоне встает вопрос о конкурентоспособности Российского автоконцерна «Лада». Это является для них одним из основных вопросов, требующих решения в целях успешного освоения рынка. В современных условиях деятельности организаций, а именно, в условиях непрерывного падения рубля и усиления доллара и евро, падения цен на нефть, и, как следствие, мощного спада экономики России в последние годы в целом, конкурентное преимущество во многом определяет успех или провал деятельности предприятий.

До недавнего времени упор АвтоВАЗа был на «супернизкобюджетный» сегмент. Такие автомобили, как ВАЗ-2104, ВАЗ-2107, НИВА были разработаны более 30 лет назад, а прекратили выпускаться лишь в 2012 году. Нива, кстати, выпускается до сих пор. Соответственно цена на них была крайне низкой. За счет этого начиная с 2007–2010 компания имела довольно хорошие продажи за счет более низкой цены среди конкурентов и государственной программы утилизации, которая позволяла при обмене старого автомобиля получить хорошую скидку на новый.

Однако уже в это время рынок начал массово захватываться зарубежными производителями путем постройки собственных заводов на территории Российской Федерации. Тем самым они смогли обеспечить себе выход на рынок на конкурентоспособных ценах. Должен сказать, что при ценах чуть дороже, автомобили были куда лучшего качества и с приятными постпродажными условиями, такими как гарантия 5 лет у «КИА».

Так или иначе с 2012 года ситуация выглядит следующим образом.

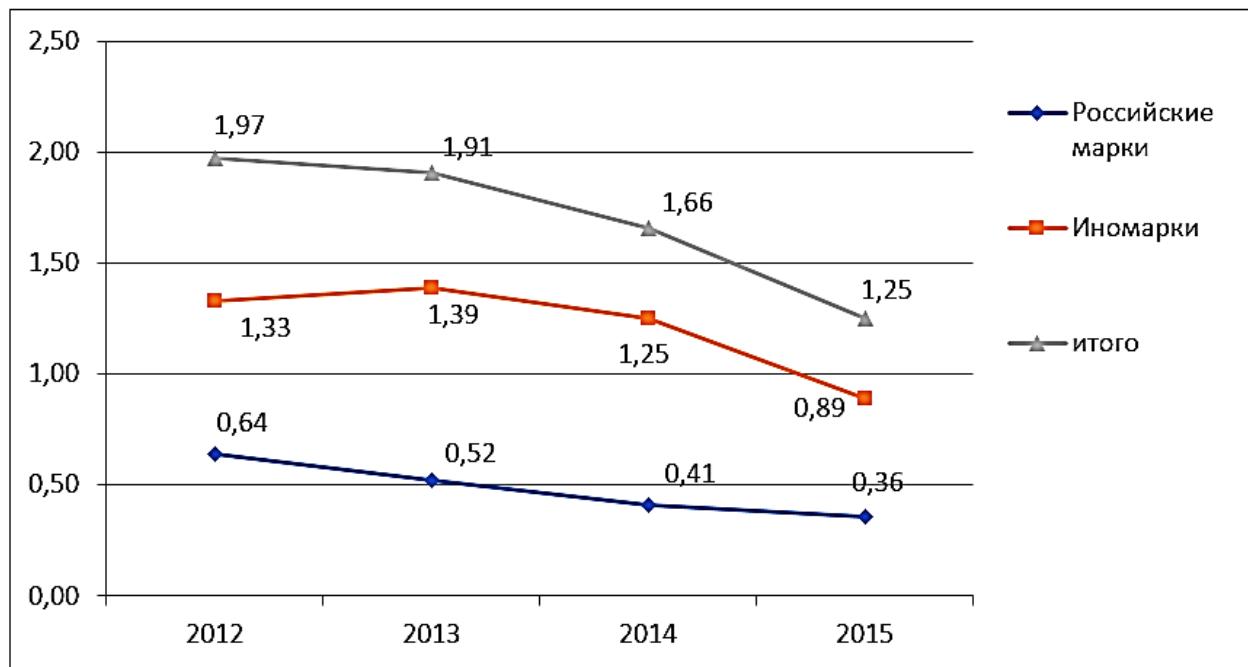


Рис. 1. Производство автомобилей на территории РФ, млн шт.

Уже в 2012 году производство автомобилей иностранных марок преобладало над «Ладой» более чем в 2 раза. Что касается продаж, давайте рассмотрим таблицу доли АвтоВАЗа на всем рынке.

Таблица 1

Доля продаж автомобилей марки «Лада» в РФ

	2012	2013	2014	2015	2016
Доля рынка, %	17,76	16,41	15,49	16,82	19,02
Темп роста, %		92,44	94,38	108,56	113,10

Несмотря на всеобщее падение рынка и перехода людей на более бюджетные автомобили, потребители стали выбирать более комфортные и современные автомобили, такие как Hyundai Solaris, KIA RIO, Volkswagen Polo. Они все собирались на территории Российской Федерации и стоили не многим больше чем наиболее современная модель Lada Granta, сильно уступавшая иномаркам как по внутренней начинке, так и по дизайну. В 2013 она достигла своего максимума по валовым продажам, а в 2015 по доле рынка.

Таблица 2

Проданные автомобили марки «Лада» по маркам, шт.

	2012		2013		2014		2015		2016	
	Валовой	Доля, %								
Гранта	121 151	23,21	166 951	36,59	152 810	39,77	120 182	45,93	87 726	34,00
Веста	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2 785	1,06	55 174	21,39
Ларгус	0	0,00	57 641	12,63	65 156	16,96	38 982	14,90	29 341	11,37
4 x 4	54 656	10,47	51 693	11,33	42 932	11,17	35 312	13,50	27 274	10,57
Калина	119 890	22,96	67 960	14,89	65 609	17,08	35 896	13,72	20 982	8,13
Иксрэй	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	19 943	7,73
Приора	125 951	24,13	47 818	10,48	57 683	15,01	28 507	10,89	17 553	6,80
Самара	67 971	13,02	64 246	14,08	0	0,00	0	0,00	0	0,00
2104 (05/07)	32 444	6,21	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Итого	522 063	100	456 309	100	384 190	100	261 664	100	257 993	100

Но устаревание не прошло и мимо неё, как раз в 2015 году вышла более совершенная модель, Lada Vesta, а в следующем году Lada XRAY. Эти автомобили были разработаны совместными усилиями уже одного концерна Renault-Lada-Nissan. Автомобиль приблизился по качеству как сборки, так и внутренних компонентов к автомобилям низкой ценовой категории (как уже говорил, таких как Solaris и RIO). При этом повысив свой средний ценник до уровня чуть ниже, чем у зарубежных одноклассников.



Рис. 2. Средняя цена на автомобили Lada, тыс. руб.

Благодаря новым проектам, АвтоВАЗ стал более конкурентоспособным по отношению к другим производителям аналогичных автомобилей. Это же подтверждают данные по внешней торговле, с момента выпуска моделей Vesta и XRAY, автомобили Лада стали интересны иностранному потребителю. И хоть валовой объем продаваемых машин в страны дальнего зарубежья не такой большой, как хотелось бы «АвтоВАЗ», темп роста 256% говорит о том, что концерн движется в правильном направлении.

Подводя итог, хочу сказать, что хоть АвтоВАЗ и начал показывать положительную динамику, перед ним стоит еще много нерешенных задач и проектов. В частности, устаревание большинства автомобилей. Приход на рынок новых, конкурентоспособных моделей, как от «новичков» китайского происхождения, так и уже состоявшихся гигантов из Европы и Запада. А также преодоление трудностей, связанных с внутринациональным взаимодействием. Большинство ответов на эти вопросы станут известны только после выхода России из кризиса.