

*Гальченко Дарья Александровна*

магистрант

Институт управления бизнес-процессами и экономики

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

## **ВЛИЯНИЕ ГОСПОЛИТИКИ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ**

*Аннотация: в статье рассмотрена ситуация на рынке легковых автомобилей в России, проведен ретроспективный анализ факторов, повлиявших на ситуацию в отрасли. Проанализирована динамика продаж легковых автомобилей в РФ, а также оценено влияние политики государственного стимулирования в отрасли. Даны оценка перспективам развития рынка легковых автомобилей при реализации программ государственной поддержки.*

*Ключевые слова: государственное стимулирование, автомобильный рынок, программа поддержки.*

Экономический спад в российской экономике, рост инфляции, сильное обесценение курса рубля, снижение цен на нефть, отток капитала, снижение покупательной способности населения и негативные потребительские ожидания, сопровождающиеся неблагоприятной геополитической ситуацией и введением санкций в отношении России, привели к резкому падению объемов продаж легковых автомобилей и последовавшему вслед за этим уходу большинства зарубежных автопроводителей с российского рынка. На сегодняшний день развитие российского рынка легковых автомобилей определяется такими факторами, как макроэкономическая ситуация, государственные меры поддержки, индивидуальные стратегии автомобильных компаний.

Развитие рынка продажи автомобилей является одним из показателей развития экономики страны, так как во многом развитие авторынка зависит от уровня благосостояния населения и функционирования кредитной системы. Автомобильным рынком является совокупность экономических отношений, благодаря

которым происходит взаимодействие субъектов рынка с целью обмена готовых автомобилей на денежные средства или их эквиваленты [5]. В народе под автомобильным рынком также подразумевается какое-либо территориально ограниченное пространство, предназначеннное для торговли, в основном физическими лицами и индивидуальными предпринимателями, готовыми автомобилями и запасными частями к ним.

Текущая ситуация, которая сложилась на российском рынке легковых автомобилей, может быть охарактеризована продолжительным спадом продаж. При этом данная характеристика отражает не только рассматриваемый рынок, а транслируется на весь экономический рынок России. Тем не менее, рынок легковых автомобилей имеет свои особенности, которые отражаются на его динамике (таблица 1).

Таблица 1

Динамика продаж новых легковых автомобилей в России, тыс. шт.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
продано легковых автомобилей	2897	1465	1912	2653	2938	2777	2491	1601	1440
прирост (снижение) к предыдущему году в тыс. шт.		–1432	447	741	285	–161	–286	–890	–161
прирост (снижение) к предыдущему году в процентах		–48,43	30,51	38,76	10,74	–5,48	–10,30	–35,73	–10,06

В первую очередь следует отметить, что текущее развитие автомобильного парка в России имеет позитивную тенденцию и может стать фундаментом к позитивной динамике рынка. Во-вторых, развитие автокредитования в России позволило, по сравнению с началом 2000-х гг., прийти к значительному росту продаж легковых автомобилей (до кризиса 2008–2009 гг.). Позитивная динамика российского рынка легкового автотранспорта отмечена в период с 2002 по 2009 гг. В то же время фактические доходы населения не имели такой позитивной динамики. Обрушившийся кризис конца 2009 года привел к обвальному

падению российского рынка легковых автомобилей – в 2 раза по сравнению с предкризисным пиком продаж [4].

В 2010–2011 гг. отмечается довольно низкой динамикой продаж легковых автомобилей по сравнению с предыдущим пиком объема продаж в 2008–2009 гг. К 2012–2013 гг. проявился «эффект отложенного спроса», и те потребители, которые отложили в кризисный период покупку нового автомобиля «до лучших времен», реализовали накопленный спрос, что позволило рынку вернуться на уровень близкий к 2008–2009 гг. Начиная с 2014 года, темпы роста рынка показывают отрицательную динамику, как в относительном, так и абсолютном выражении, в 2015 году данная ситуация только ухудшилась, а в 2016 году достигла критического минимума за последние 10 лет. Следует отметить, что восстановление автомобильного рынка легковых автомобилей в России возможно лишь только через 6–7 лет. Графически динамика продаж новых автомобилей в России представлена на рисунке 1.

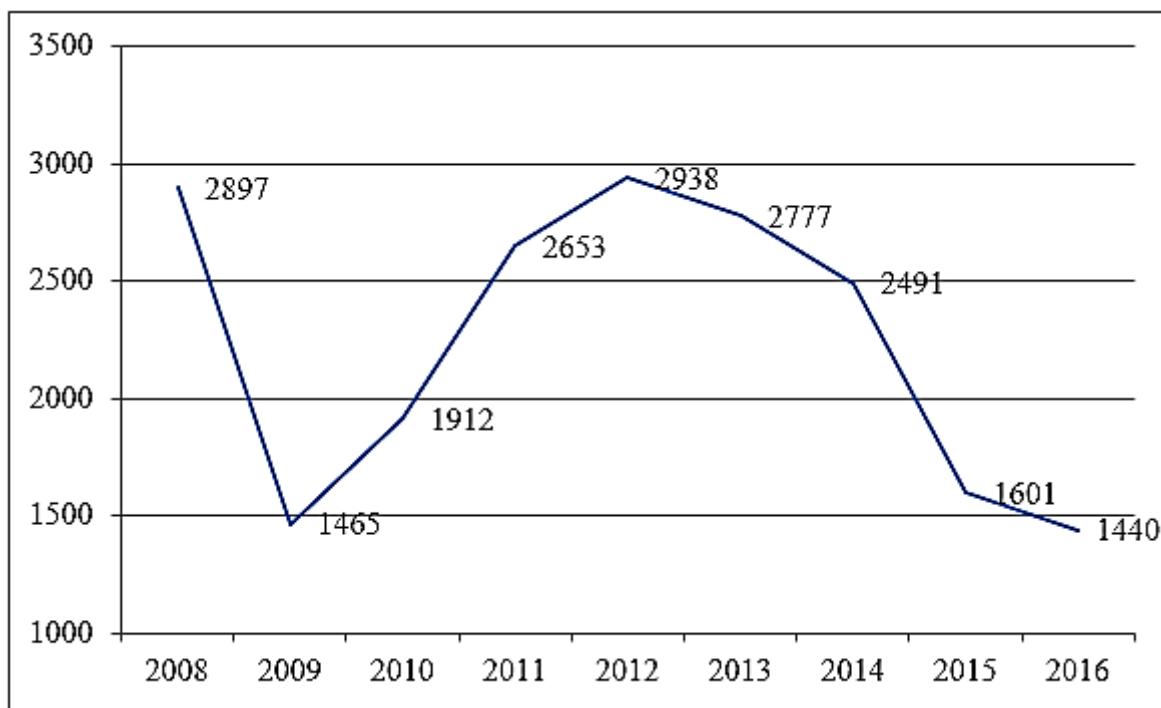


Рис. 1. Динамика продаж новых легковых автомобилей в России, тыс. шт.

Данные о стоимостных объемах продажи демонстрировали положительный рост объемов продаж в период с 2011 по 2015 год. Однако с 2012 года прирост сократился в 3 раза: с +31% по итогам года в 2012 году, до +10% – в 2015 году.

При этом необходимо учесть, что в 2015 году произошла девальвация рубля, и прирост рынка в долларовом эквиваленте был отрицательным (−16%) [2].

На фоне продолжительного спада рынка государство вынуждено применять меры стимулирования. На сегодняшний день в рамках программы поддержки автомобильной промышленности в России действует 14 программ, основными из которых являются [1]:

1. Программа обновления автопарка.
2. Программа льготного автокредитования.
3. Программа льготного автолизинга.
4. Программа субсидирования организаций автомобилестроения в целях компенсации части процентных платежей по инвестиционным кредитам [3].

С точки зрения Правительства РФ реализация данных программ должна способствовать повышению эффективности производства в автомобильной промышленности, модернизации производственной базы, внедрению новых технологий и росту конкурентоспособности российской продукции на внутреннем и внешнем рынках.

На данный момент остро стоит вопрос об экономической эффективности данных программ и их продления на будущие периоды. Исходя из общей динамики спроса на автомобильном рынке, программы государственной стимулирования и поддержки работают лишь на замедление темпов падения спроса на автомобили. Это связано, прежде всего, с нестабильностью курса рубля, завышенными инфляционными ожиданиями, увеличением стоимости автомобилей.

Внедренные Правительством программы не смогли существенно изменить и повлиять на динамику объема продаж на рынке легковых автомобилей. Тем не менее позитивный эффект от них в виде снижения темпов этого падения очевиден. При ухудшении ситуации на рынке государство увеличивает свою поддержку в отрасли, что отражает актуальные потребности рынка. Особый акцент в мерах поддержки правительства идет на компаниях, осуществляющие сборку на территории РФ.

Следует отметить, что в большинстве своём все меры поддержки и стимулирования рынка легковых автомобилей направлены на снижение либо ограничение затрат, которые несёт потребитель при покупке автомобиля. Однако в условиях продолжительного совокупного снижения покупательной способности населения важным направлением работы должно стать сокращение затрат и на владение автомобилем. Так, например, адресная дотация покупки бензина, дотация страхования и тому подобные меры могли бы стать дополнительными стимулами для потенциального потребителя, который перешел на сберегающую модель поведения.

### ***Список литературы***

1. Воронина Ю. В 2017 году заработают новые программы поддержки автопрома [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2016/12/23/v-2017-godu-zarabotaiut-novye-programmy-podderzhki-avtopromma.html>
2. Идиятуллина Э.Р. Тенденции и перспективы развития рынка легковых автомобилей в России // Инновационная наука. – 2016. – №5–1 (17). – С. 90–94.
3. Программа поддержки автомобильной промышленности на 2016 год.
4. Проценко Н. Некоторые отрасли российской экономики встречают год с оптимизмом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vz.ru/economy/2016/1/5/786502.html>
5. Тихомирова Т.А. Развитие рынка продажи легковых автомобилей в РФ: анализ и перспективы развития / Т.А. Тихомирова, Е.М. Муллиева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015. – №23. – С. 170–174.