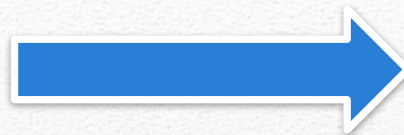




АНАЛИЗ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

**Работу выполнили студентки 2
курса группы эб01/1402
Лемак Анастасия, Мясникова
Валерия, Никифорова Светлана**

Автомобильный
промышленный
сектор



**ВАЖНЫЙ И
СЛОЖНЫЙ
ЭЛЕМЕНТ**

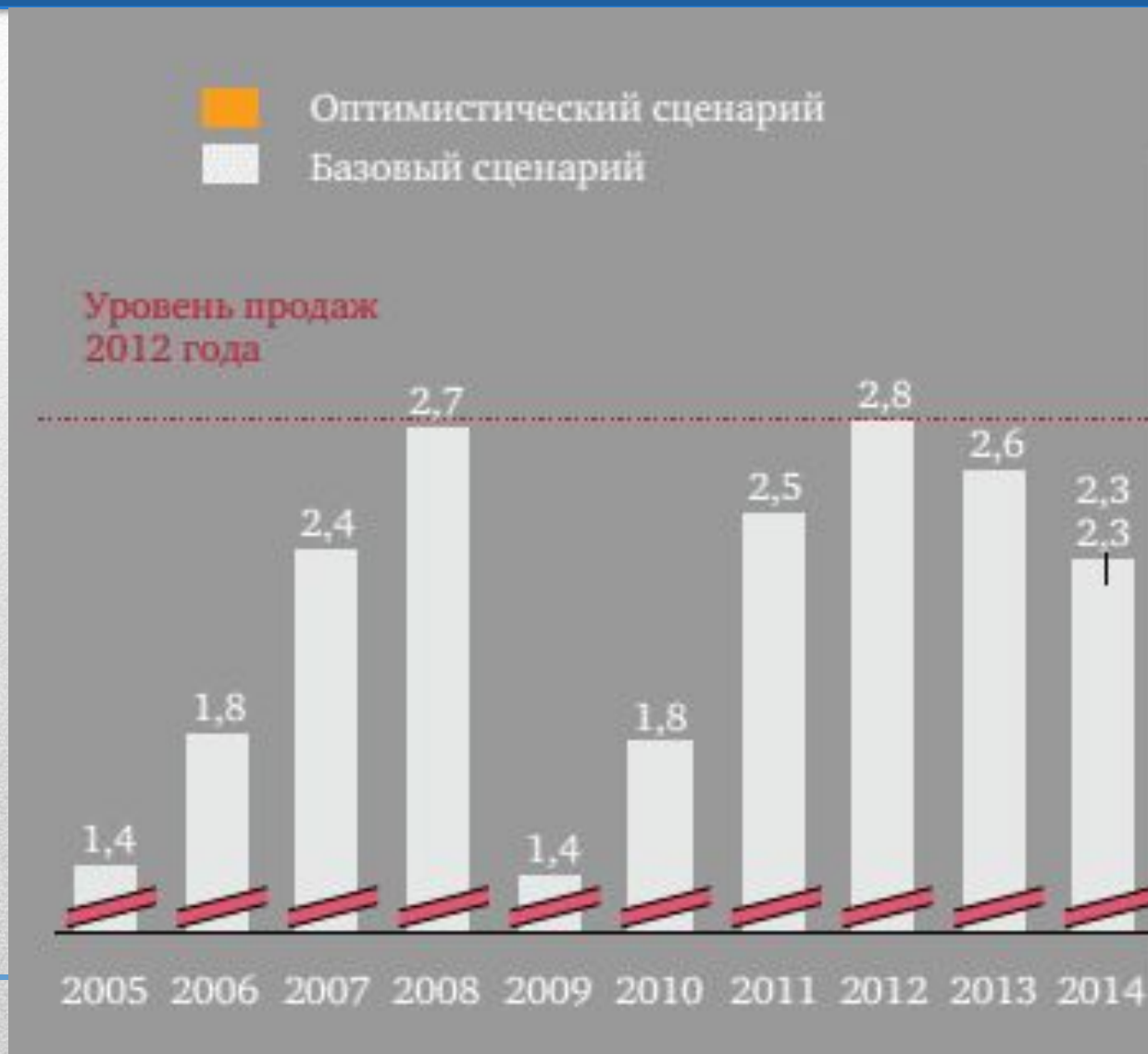
более 10%
ВВП в
развитых
странах



строительство дорог, добыча сырья, производство топлива,
широкого диапазона компонентов, банковская сфера

РФ создает
лишь 1% ВВП

Динамика основных показателей российского автомобильного рынка 2005-2014 гг.



Млн.шт.

Во-первых, неопределенность ситуации в экономике страны заставляет граждан экономить деньги, воздержаться от дорогостоящих покупок, а не тратить их на такую дорогую вещь, как автомобиль.

Во-вторых, падение курса рубля, и как следствие повышение цен на импортные транспортные средства, увеличение тарифов на страховку, а также рост цен на бензин.

2013 год	2014 год
906,7 тыс. руб	996,9 тыс. руб.

В-третьих, потребительские кредиты стали менее доступными и более дорогими.

- отечественные бренды;
- иномарки, собираемые в России;
- импорт новых автомобилей.

В 2015 году доля отечественных брендов в общем объёме продаж составила **19%, иномарок, собираемых в России, - **50%**, а импорт новых автомобилей - **31%**.**

2015 год

Lada Granta

Hyundai
Solaris

KIA New Rio



**Лидером на российском авторынке пока остается АвтоВАЗ ,
однако в феврале 2015 года продажи автомобилей Lada в
годовом исчислении упали на 23 %.**



Hyundai

**13 тыс. 233 штуки (на 5
% меньше, чем годом
ранее)**



Kia

**12 тыс. 563 штуки
(-6 %).**

**упали почти вдвое: Nissan сократила
их на 45 % (до 9,447 тыс. штук), а
Renault - на 46 % (до 9,1 тыс.).**

Главными аутсайдерами стали такие бренды, как Honda, Opel, Peugeot, Citroen и Ford.

Продажи автомобилей Honda рухнули сразу в десять раз - с 2484 штук в феврале 2014 года до 252 машин в феврале 2015 года.

Opel	Peugeot	Citroen	Ford
упали на 86 % (с 6,61 тыс. до 912 штук)	на 84 % (с 2354 до 377)	на 83 % (с 2192 до 380)	на 78 % (с 6306 до 1399)

Вдвое и более в августе сократились продажи автомобилей :
SEAT (-98 %), Suzuki и Chery (-76 %), SsangYong (-72 %), Daewoo (-64 %), Mitsubishi (-51 %).

Нарастить продажи из числа входящих теперь в топ-10 марок смогли
ТОЛЬКО:

Mercedes-Benz (+18 %) и BMW (+6 %).

В низах рейтинга самых продаваемых марок прирост продаж был отмечен у **Lexus (+11 %), Porsche (+119 %), Smart (+60 %) и Isuzu (+1380 %).**

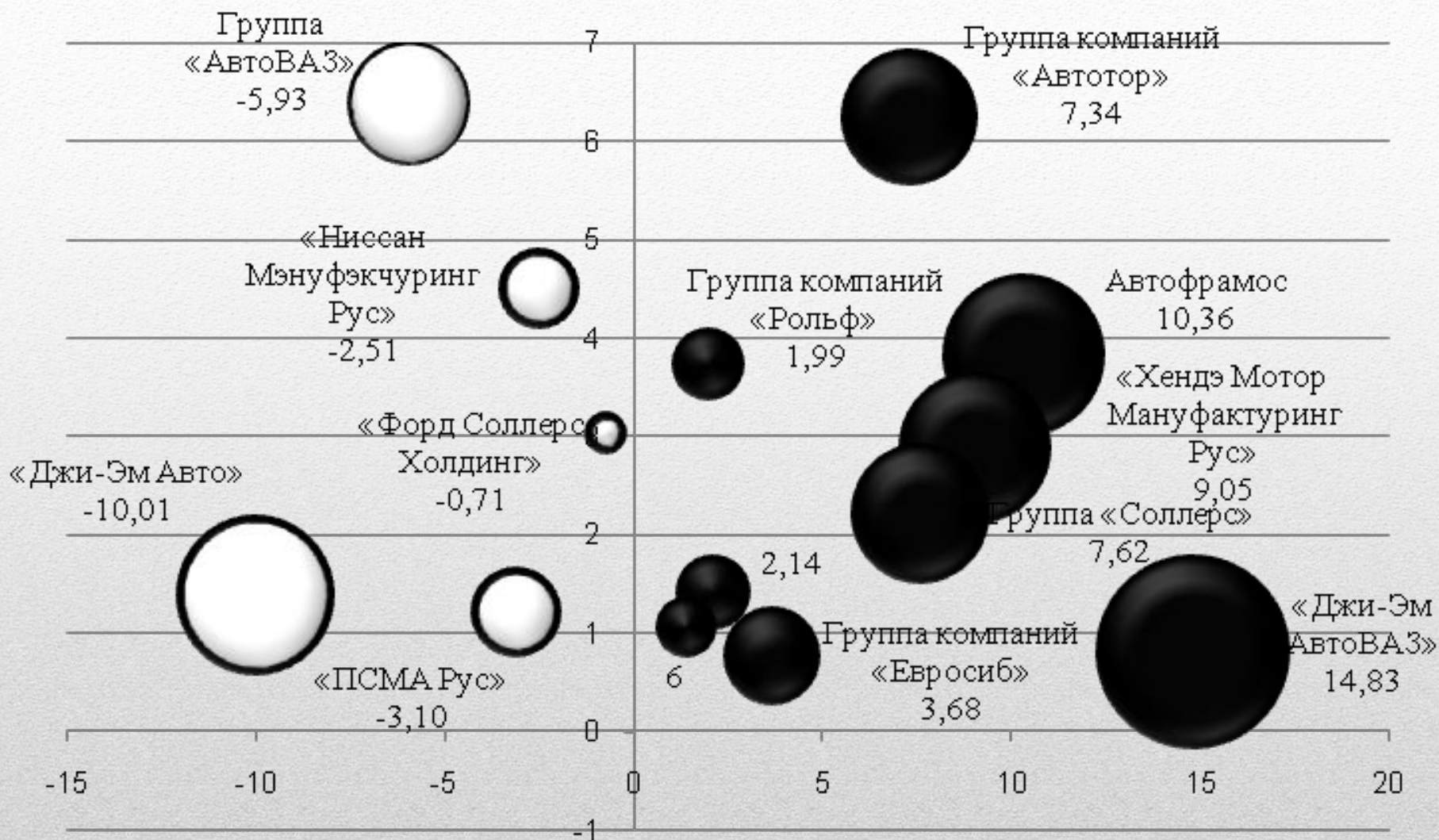


Рис. 1. Матрица позиционирования крупнейших автомобильных компаний за 2014 год

Автомобилестроительная компания General Motors в марте 2015 г. объявила о том, что останавливает линию по сборке Chevrolet на заводе ГАЗ.



С марта 2015 г. южнокорейским автопроизводителем SsangYong Motor был приостановлен экспорт автомобилей на российский рынок до стабилизации рубля и временно прекращена сборка автомобилей в России.

В сентябре 2015 г. российским представительством компании Honda было объявлено о прекращении поставок новых автомобилей

**Дальнейшее развития
автомобильного рынка России будет
зависеть от следующих факторов:**

- 1) геополитическая ситуация;**
- 2) цены на нефть;**
- 3) курс рубля;**
- 4) меры государственной поддержки;**
- 5) стоимость автомобильного кредита**

Влияние ключевых факторов на российский рынок легковых автомобилей

Факторы		Влияние на рынок в 2014 г.	Влияние на рынок в 2015 г.	Влияние на рынок в долгосрочной перспективе
	Доходы населения	↓	↓	↑
	Цены на а/м	↑	↓	↑
	Стоимость эксплуатации а/м	↓	↓	↓
	Доступность кредитования	↓	↓	↑
	Потребительские настроения	↓↑	↓	=
	Стимулирование спроса	↑	↑	↑
	Модельный ряд и стратегия брендов	↑	↓↑	↑
	Развитие инфраструктуры	↓	↓	↑
	Общее состояние экономики	↓	↓	↑
	Развитие дилерских сетей	↑	↓	↑
	Развитие рынка а/м с пробегом	↓↑	↓	↓
	Обновление автопарка	↓↑	↓↑	↑
	Демография	↓	↓	↑

Государственная поддержка автомобильной промышленности

**поддерживать
отечественный
автопром**

меры стабилизации

«Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная приказом Минпромторга России от 23 апреля 2010 г. № 319» с учетом изменений 2013 г. и «План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году».

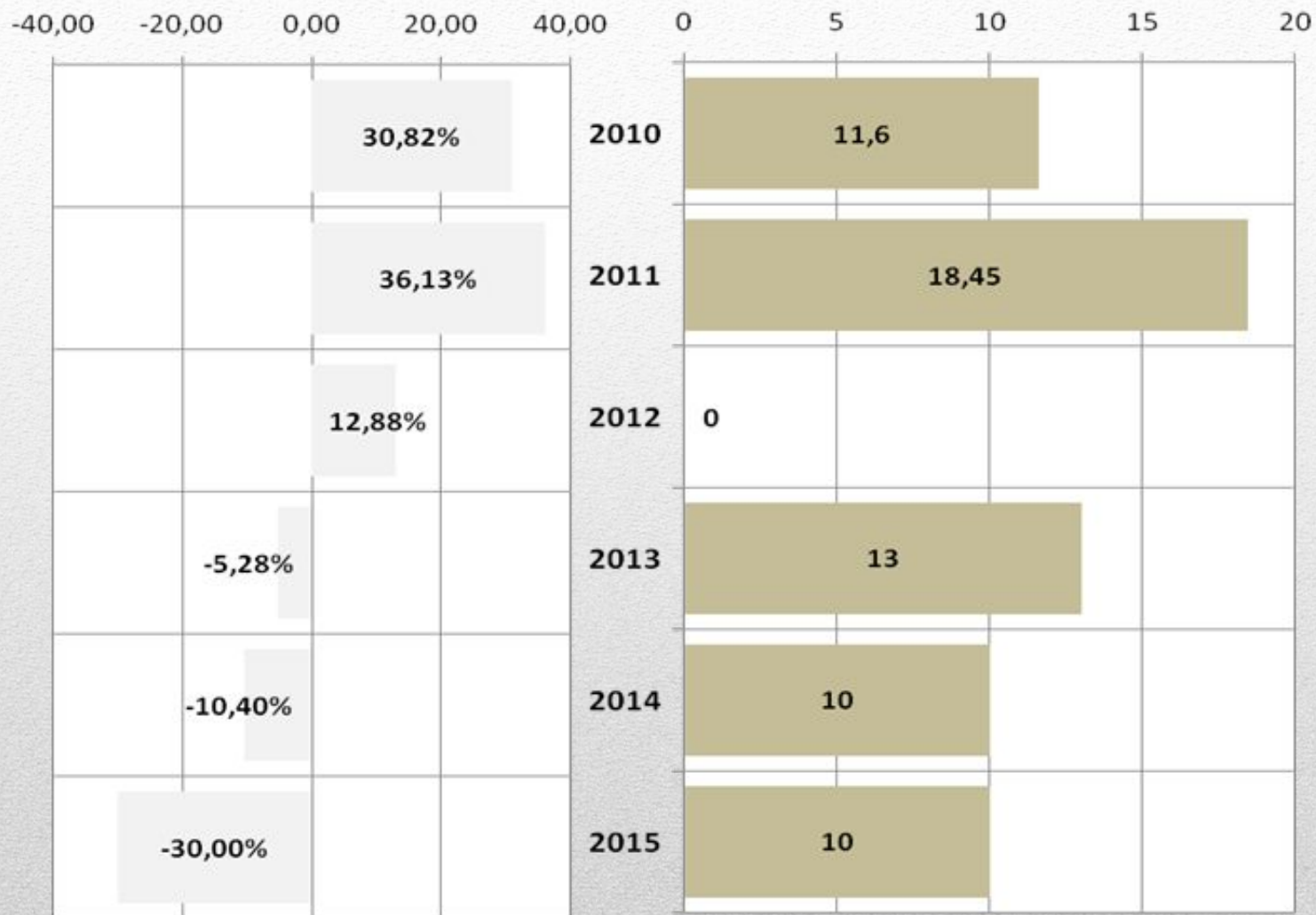
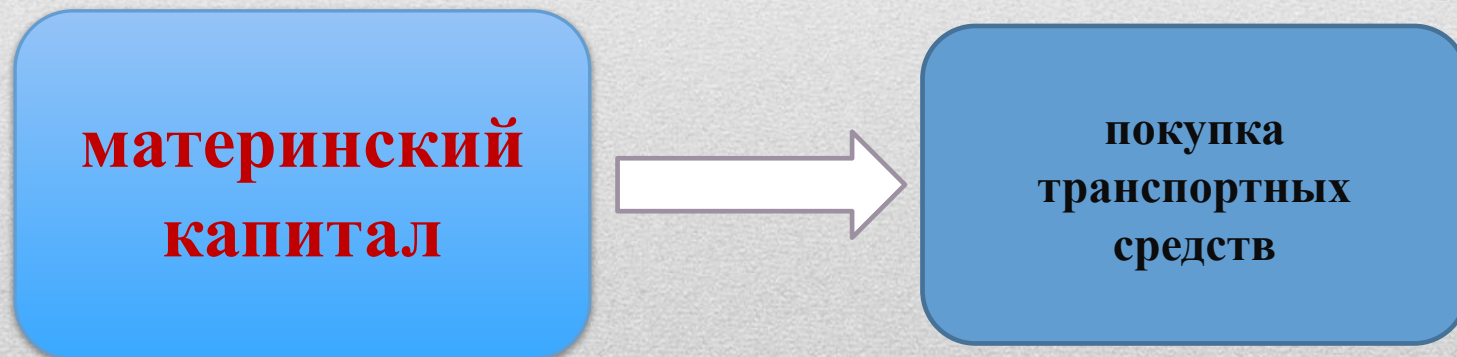


Рис. 2. Влияние государственной поддержки на прирост продаж легковых автомобилей

С 2013 г. государством также осуществляются целенаправленные действия по стабилизации авторынка:

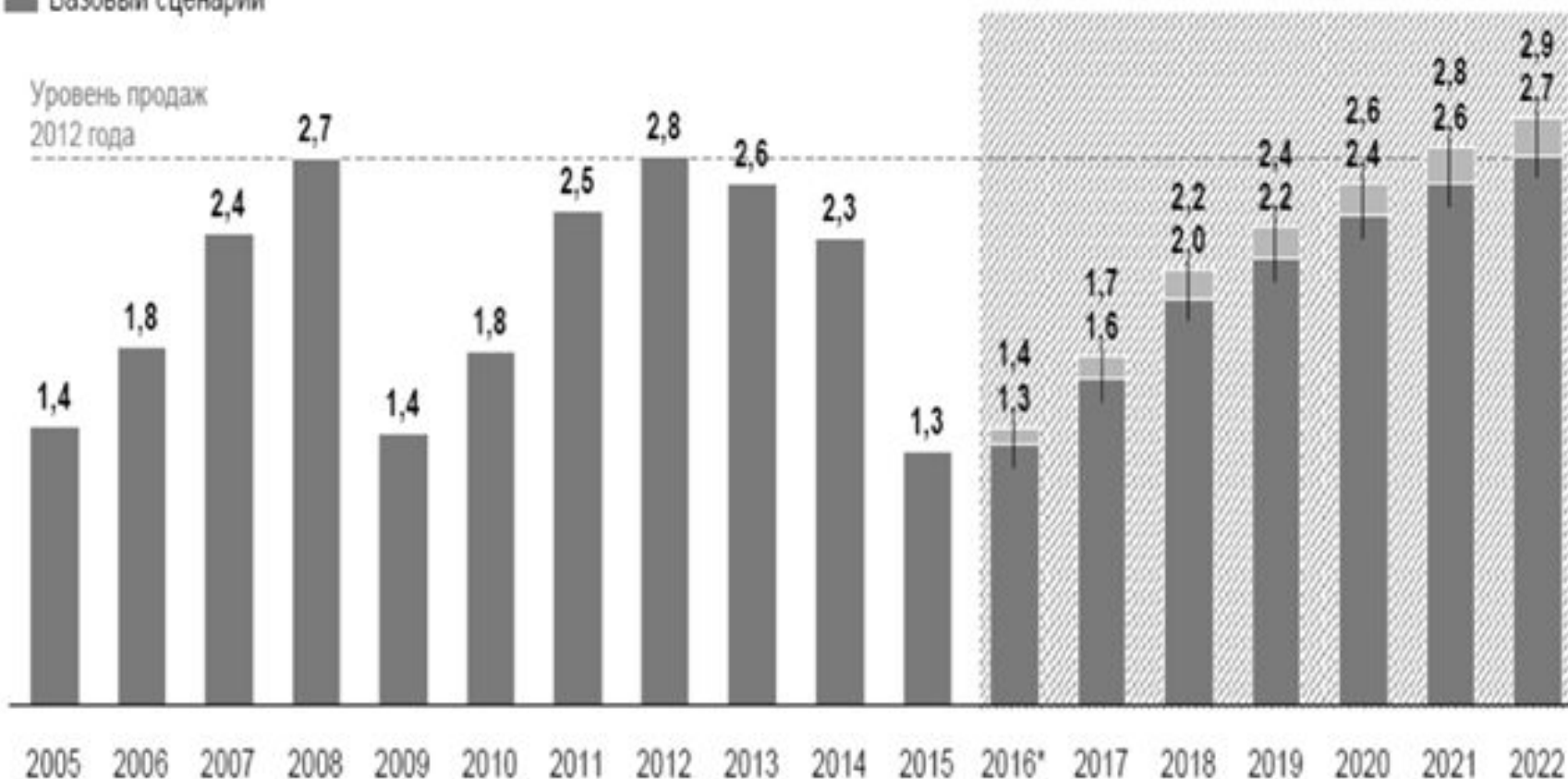
*программа льготного кредитования,
программа утилизации.*



■ Оптимистический сценарий
 ■ Базовый сценарий

Восстановление объемов продаж до уровня 2012 г.

Уровень продаж
 2012 года



(*) В случае ухудшения макроэкономической конъюнктуры, а также отсутствия господдержки авторынка в 2016 г., возможна реализация пессимистического сценария – падение продаж новых легковых автомобилей до 1,1 – 1,15 млн шт. в 2016 г.

Г И С У Н О К 3.

Прогноз продаж новых легковых автомобилей в России в 2016-2022 гг., млн. шт.

ВЫВОД

- 1. В ближайшее время экономическая ситуация на автомобильном рынке вряд ли стабилизируется.**
- 2. Начавшийся новый этап падения курса рубля негативно отразится на состоянии продаж автомобилей на внутреннем рынке. Небольшой подъем рынка, по мнению аналитиков, следует ожидать во второй половине года, а окончательную реанимацию продаж - не ранее 2017 года.**
- 3. Проведенный анализ показал, что на сегодняшний день не сформирована четкая концепция развития отечественного автопрома.**

Список использованных источников

1. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная приказом Минпромторга России от 23 апреля 2010 г. № 319.
 2. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. М.: Юрайт, 2014. – 795 с.
 3. Автостат
-