

## 7.6. ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ НА ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ЕВРОПЕЙСКО- ГО И ЯПОНСКОГО ПРОИСХОЖ- ДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Скакунова А.С., аспирант,  
кафедра «Мировая экономика»

*Экономический факультет Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

В статье проводится анализ взаимозависимости объемов продаж на российском рынке легковых автомобилей европейских и японских марок от волатильности курса валюты на основе статистических данных по продажам различных брендов и динамики курсов локальной валюты к национальным валютам производителей. В работе также проводится оценка результатов в отношении текущей ситуации на автомобильном рынке Российской Федерации и делаются выводы относительно основных факторов, влияющих на полученные результаты.

Российский автомобильный рынок до недавнего времени считался очень перспективным и рос весьма быстрыми темпами, вызывая интерес автопроизводителей всего мира. Иностранные модели автомобилей как импортируются в страну, так и собираются внутри нее.

Что касается производства автомобилей в Российской Федерации, то порядка 70% всего объема выпуска приходится на иностранные модели отечественной сборки, остальные 30% – на российские модели. Если обратиться к структуре продаж легковых автомобилей на рынке, то 21% приходится на отечественные автомобили, 30% – это импортированные иномарки и остальные 49% – собранные внутри страны автомобили зарубежных марок [18]. Из приведенных цифр видно, что количество собранных в РФ автомобилей уже в 1,6 раза превышает количество импортируемых.

Среди мотивов прямого иностранного инвестирования в автомобильную промышленность РФ можно выделить факторы рынка, факторы издержек производства, торговые препятствия и инвестиционный климат [20, с. 412-413].

Факторы рынка имеют большое значение при переносе производства в РФ, поскольку рынок легковых автомобилей в РФ довольно емкий, и в долгосрочном периоде предполагалась тенденция к росту. Заметную роль играет и такой мотив, как следование за конкурентом. В этом случае инвестиционное решение принимается на основе наименее убыточного выбора, т.е. стремления избежать убытков в связи с деятельностью компаний, которые пришли первыми на новый рынок. В РФ первыми компаниями, которые наладили сборку и

производство автомобилей, были «БМВ Групп» (с 1997 г.), «КИА» (с 1997 г.), «Рено» (с 1998 г.) и «Хендэ» (с 2001 г.) посредством стратегии совместного предпринимательства. Вслед за ними на российский рынок стали выходить такие компании, как «Форд Мотор» (с 2002 г.), «Тойота Мотор» (с 2005 г.) и «Фольксваген Групп» (с 2006 г.), которые начали строительство собственных заводов на территории страны.

Факторы издержек производства, связанные с доступом к ресурсам и экономией на разного рода издержках, имеют важное значение для всех иностранных производителей легковых автомобилей в РФ. Кроме того, торговые препятствия в виде различных тарифных и нетарифных барьеров также являются стимулом для размещения производства на территории нашей страны. По мере начала действия правил Всемирной торговой организации (ВТО) и снижения таможенных пошлин значение этих мотивов постепенно снижается.

Инвестиционный климат для иностранных инвесторов в РФ, как известно, в целом не является благоприятным, что связано с существованием целого ряда политических, экономических и социальных рисков. Однако действие факторов рынка, издержек производства и торговых препятствий в целом уравновешивает баланс выигрышей и потерь, и ведущие мировые автопроизводители, корректируя свою деятельность во время кризисных 2014-2015 гг., в основной своей массе все же остаются на российском рынке. В частности, из автомобильных компаний российский рынок была вынуждена покинуть компания General Motors, а компания Volkswagen – сократить свое производство в Калуге.

Однако на их место хотят прийти китайские компании, которые запланировали в ближайшие годы строительство нескольких заводов по производству автомобилей в РФ. В частности, известная компания Great Wall Motors начала строительство автомобильного завода в Тульской области стоимостью свыше 500 млн. долл., где будет создано примерно 2,5 тыс. рабочих мест. Заводы построят также компании Hawtai Motor Group (стоимость проекта – 1,1 млрд. долл.) и Dongfeng Motor (500 млн. долл.). На каждом из них планируется создать около 3 тыс. рабочих мест [19].

В то же время, несмотря на наличие ограниченного количества крупных производителей легковых автомобилей, в этой отрасли мировой экономики существует относительный переизбыток производственных мощностей. Поэтому на зрелых рынках эти компании предпочитают вкладывать не в проекты «зеленого поля», а производить сделки по слияниям и поглощениям. Потенциал таких сделок далеко не исчерпан. Например, в 2014 г. закончились переговоры, которые велись с 2009 г., между итальянской компанией Fiat и американской Chrysler. Еще в 2011 г. Fiat стал мажоритарным владельцем Chrysler, имея 53,5% ее акций, а в 2014 г. он завершил полное поглощение одной из компаний «детройской тройки». Стоимость сделки составила 3,65 млрд. долл. США [20].

Стоит отметить, что в современных условиях динамика продаж автомобильных компаний зависит от

множества факторов, среди которых волатильность курсов, стоимость ресурсов, их доступность, качество работы каналов сбыта, уровень инфляции, меры государственной поддержки автопроизводителей и потребителей и многие другие.

Что касается изменений валютных курсов, то они могут оказать влияние на величину затрат, связанных с услугами по доставке и реализации автомобилей на территории страны, так как оплачиваются в местной валюте и могут снизить прибыль производителя или увеличить стоимость автомобиля. Укрепление же курса рубля может, напротив, снизить цену реализации автомобилей, номинированную в иностранной валюте.

Высказав предположение об обратной зависимости между стоимостью рубля и объемом продаж иностранных автомобилей (рубль дешевеет – продается меньше машин, рубль дорожает – продается больше машин), планируется провести анализ статистических данных по зависимости объемов продаж легковых автомобилей европейских и японских марок в РФ и изменению валютных курсов. Выбор этих регионов (Европы и Японии) для совместного анализа обусловлен тем фактом, что именно в них расположены две крупнейшие мировые автомобильные транснациональные компании (ТНК) по данным Forbes-2000, а именно «Фольксваген» и «Тойота» [25].

Таким образом, были выбраны автомобильные компании, базирующиеся в регионах, где используются следующие виды валют: евро и японская иена.

В евро-регионе базируются крупные автомобильные ТНК мира, материнские компании которых расположены в четырех странах: Германии, Франции, Италии и Швеции.

После анализа статистических данных по объемам продаж новых легковых автомобилей в РФ для детального анализа были выбраны следующие немецкие компании: Volkswagen Group (в частности, автомобили марок Volkswagen, Audi, Seat, Skoda, Porsche), BMW Group (BMW, MINI) и Daimler (Mercedes-Benz, Smart), а также французская Renault. Несмотря на то, что часть этих автопроизводителей имеет небольшую долю в количественном выражении продаж, их выручка весьма существенна в связи с более высокой стоимостью моделей. Кроме того, они представляют интерес для анализа корреляции, так как относятся к люксовому классу автомобилей.

Французская PSA Peugeot Citroen, производящая Peugeot и Citroen, реализовала относительно небольшое количество автомобилей за рассматриваемый период. Как и группа компаний Fiat, которая на протяжении рассматриваемого периода состояла в альянсе с американской компанией Chrysler.

Объем продаж шведской компании Volvo, передавшей свое отделение по производству легковых автомобилей китайской Gelly, также не анализировался на предмет зависимости от изменения курса евро.

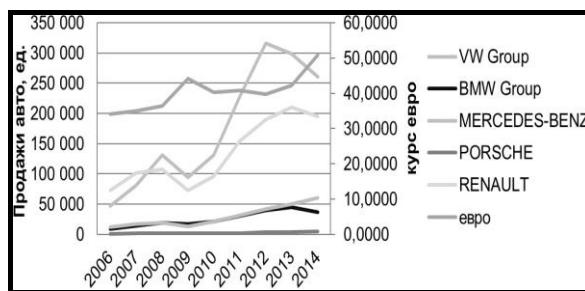
Отдельный интерес представляет компания Renault, чаще рассматриваемая, как группа, состоящая в альянсе с японской компанией Nissan. Для

анализа зависимости объемов продаж от курса был применен следующий подход: для автомобилей марки Renault рассматривалась корреляция с курсом евро, а для бренда Nissan – иена.

Что касается японских производителей, то в выборку попали следующие компании: Toyota Group (Toyota и Lexus), Honda, Mitsubishi, Nissan и Mazda. Объем продаж автомобилей марок Subaru и Suzuki не высок и не вошел в анализ.

Основываясь на вышеизложенных предпосылках, можно провести анализ зависимости валютных курсов от объемов продаж определенных компаний.

*Европейские автопроизводители.* Рассматривая ситуацию в еврозоне в контексте ежегодных продаж автомобилей и изменения среднегодового курса евро за аналогичные периоды, отраженную на рис. 1 (здесь и на последующих графиках динамика курса валюты по отношению к рублю отображается по правой, вспомогательной оси, а продажи автомобилей по левой, основной), наблюдается следующая картина.



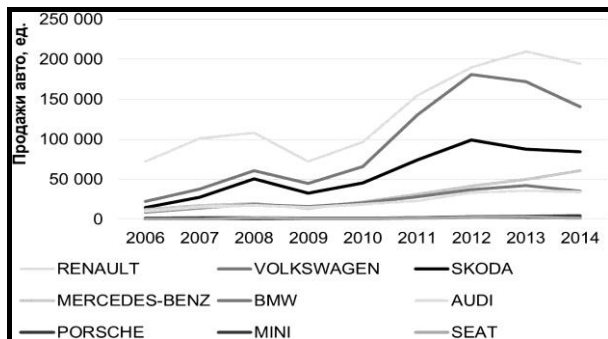
**Рис. 1. Зависимость ежегодных продаж автомобилей европейских автопроизводителей от курса евро [4, 13]**

Отрицательная корреляционная связь не прослеживается отчетливо, однако можно заметить, что сильное изменение курса евро (больше чем на 7% в положительную или отрицательную сторону) влияет на изменение объема продаж в противоположном направлении. Например, в 2009 г. был рост среднегодового курса евро на 21%, и наблюдалось сокращение продаж автомобилей всех немецких марок, а в 2010 г. при снижении среднегодового курса на 9% наблюдался рост продаж.

В случае, если колебания менее существенны, заметного влияния не оказывается, хотя рост продаж замедляется. Это происходит, потому что автомобили немецких производителей востребованы на рынке и имеют высокое качество, поэтому при небольшом повышении цены, вызванной изменением курса евро, спрос на них изменяется незначительно.

Что касается последних лет, то начиная с конца 2013 г., когда в экономике началась дестабилизация и обесценение рубля, население находилось в поисках возможностей для инвестирования накопленных средств в объекты, сохраняющие стоимость. В данном случае автомобили, в особенности элитных европейских марок, к которым относится «Мерседес», «Ауди», «Порше» и «БМВ», выступили в качестве этих объектов для инвестирования средств.

Таким образом, в этот период, несмотря на рост евро, больший, чем «точка перелома» в 7%, при которой объем продаж меняет свое направление, продажи люксовых автомобилей немецких компаний выросли. Однако в 2014 г. продажи «БМВ» и «Ауди», все же снизились по сравнению с 2013 г. [13], что обусловлено потребительскими предпочтениями и политикой ценообразования, которой придерживались компании в течение года.



**Рис. 2. Ежегодные продажи европейских автомобилей в РФ по моделям [13]**

Интересна динамика продаж автомобилей компании Volkswagen AG на российском рынке в 2011 г. по сравнению с предыдущими периодами. (Фирма продает автомобили марки Volkswagen, Audi, Skoda, Seat, Lamborghini, Bentley, Bugatti. Кроме того, компания принадлежит контроль над компанией Porsche AG [27] – см. рис. 2).

В 2011 г. объем продаж автомобилей группы увеличился на 74% по сравнению с 2010 г. [27]. Это произошло преимущественно за счет увеличения продаж марки Volkswagen. Так, была разработана новая бюджетная модель, на базе Polo, специально для РФ и других развивающихся стран. Спрос на новый автомобиль был столь велик, что очереди на него достигали года. Его производство было начато в 2010 г. на заводе в Калуге. (Помимо автомобилей марки Polo Sedan на заводе ведется полный цикл производства моделей Skoda Fabia, Octavia и Volkswagen Tiguan) [2223]. Стоит отметить, что российский завод VW в Калуге (производство на котором началось в 2007 г.) сейчас собирает 18 моделей [16], что позволяет VW экономить на таможенных пошлинах и проводить более гибкую ценовую политику. Это и привело к увеличению объемов продаж.

Кроме того, Volkswagen Polo Sedan калужской сборки был включен в программу льготного кредитования Министерством промышленности и торговли РФ (Минпромторг РФ): при приобретении его в кредит государство субсидировало платежи по процентам в размере 2/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ (ставка рефинансирования на период составления законопроекта была 7,75%) [14].

Более того, в 2010 г. были начаты переговоры с промышленной группой «ГАЗ» об использовании его производственных мощностей для сборки автомобилей Volkswagen и Skoda. В результате был открыт второй завод компании в РФ в Нижнем Новгороде.

Изначально на Горьковском заводе ГАЗ велась крупноузловая сборка автомобилей Skoda Yeti. Полный цикл сборки автомобилей (CKD), включающий сварку, окраску и монтаж, начался в декабре 2011г. В 2013 г. в Нижнем Новгороде было начато производство Skoda Octavia и Volkswagen Jetta [8]. Соглашение между Volkswagen Group Rus и ГАЗом долгосрочное, а и инвестиции в производство трех моделей составляют более 200 млн. евро, из которых часть инвестируется ГАЗом [9].

После вышеописанных событий продажи Volkswagen Polo в 2011 г. выросли в сравнении с 2010 г. примерно на 40 тыс. ед., Tiguan – на 12 тыс. ед. Volkswagen Golf – на 6 тыс. ед. Кроме того, в 2011 г. были выпущены на российский рынок новые модели Passat (общее число продаж – 10 тыс. ед.), и Jetta нового поколения с численностью продаж 3 тыс. ед. [12]. Остальное увеличение было достигнуто за счет роста продаж автомобилей других марок, принадлежащих компании.

Таким образом, этот существенный рост продаж в 2011 г. по сравнению с 2010 г. (почти в два раза) происходил на фоне относительно стабильного курса евро (рост на 1%) – с одной стороны, а с другой – существенных изменений в компании (увеличение производственных мощностей и выпуск новых моделей).

К сожалению, этот факт существенно влияет на анализ: получается, что при росте курса, пусть и на 1%, произошел невероятный рост продаж, который продолжался до 2014 г., поэтому имеет смысл рассмотреть корреляционный показатель для этой компании с 2011 г., когда объем продаж вышел на новый уровень. В этом случае выдвинутое предположение об обратной зависимости между динамикой продаж и курсом евро подтверждается и показатель корреляции будет отрицательным для всех рассматриваемых марок, кроме «Ауди».

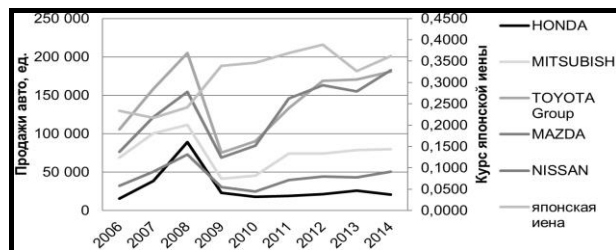
Что касается происхождения автомобилей других немецких компаний, реализуемых на российском рынке, ситуация следующая: машины компании Mercedes импортируются из Германии, Южно-Африканской Республики и США, Porsche также импортируется. Большая часть автомобилей марки BMW, которая представлена на российском рынке, собирается на заводе «Автотор» в Калининграде. Переговоры о запуске совместного проекта компаний были начаты в 1997 г., и 16 марта 1999 г. был подписан договор об организации производства в Калининграде, а выпуск автомобилей начался в августе 1999 г. [11].

На сегодняшний день у «Автотора» есть свой производственный комплекс, который позволяет производить сварку кузовов, их окраску, а также окраску пластмассовых изделий и производить промышленную сборку автомобилей [11].

Что касается французских автомобилей марки Renault, то объем ее продаж начал увеличиваться существенно с 2010-2011 гг., причины чего связаны с увеличением производственных мощностей на территории РФ, более детально об этом будет сказано ниже.

*Японские автопроизводители.* Японские автомобили всегда пользовались спросом на российском рынке, что подтверждают значительные объемы

продаж японских автопроизводителей, как видно на рис. 3.



**Рис. 3. Зависимость ежегодных продаж японских автомобилей от курса валюты [4, 13]**

Четыре японские автомобильные компании имеют отрицательную корреляционную зависимость от динамики курса иены, однако ее степень различна: Mitsubishi (-0,53) и Mazda (-0,36), Honda (-0,52), Toyota Group (-0,13). При этом, если рассмотреть данный показатель отдельно для двух брендов компании, то для Toyota он будет -0,16, а для марки Lexus +0,22 (рис. 4).

Еще одна японская фирма, Nissan, имеет положительную корреляционную связь между объемом продаж и изменением курса иены (+0,37), что объясняется производственными мощностями, расположенными на территории РФ, о которых будет рассказано ниже. Продажи компании включают в себя автомобили следующих марок: Nissan (+0,26), Infiniti (+0,51) и Datsun, продажи которого только начались в 2014 г.

Прежде всего надо отметить, что для автомобилей класса «люкс» японского происхождения ситуация аналогична случаю, рассмотренному ранее в отношении европейских машин. То есть при возникновении нестабильности на валютных рынках автомобили элитных марок (к которым относятся в том числе Lexus и Infiniti) выступают в качестве объектов для инвестирования средств.

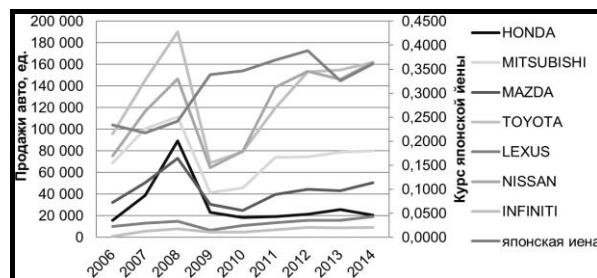
Автомобили марки Mazda до недавнего времени были более чувствительны к колебаниям курса японской иены, так, за период с 2006 по 2011 гг. коэффициент корреляции был -0,55.

После чего в 2012 г. было создано совместное предприятие между японской компанией и АО «Соллерс» – MAZDA SOLLERS Manufacturing Rus во Владивостоке. Проектная мощность завода составляет 100 тыс. ед. в год, на нем выпускаются кроссовер CX-5 и седан Mazda 6 [2]. Остальные модели данной марки поставляются из-за границы.

Кроме того, в начале 2015 г. на заводе был запущен выпуск обновленных моделей Mazda CX-5 и Mazda 6 [26]. В то же время на ввозимые в страну модели, самая популярная из которых Mazda 3, с 2015 г. были существенно повышены цены. Их рост сдерживался в 2014 г., и это помогло компании увеличить объем продаж в этот период до 50,7 тыс. автомобилей, несмотря на нестабильную ситуацию с курсом рубля.

Стоит отметить, что основной объем продаж приходится на собираемые в РФ автомобили (в 2014 г. – 33,45 тыс. машин было собрано СП «Мазда Соллерс», а 17,2 тыс. ввезено в страну) [15]. Что касается автомобилей марки Mitsubishi (Outlander и Pajero Sport), то их выпускают в РФ на заводе в Калуге, который был

создан в качестве совместного предприятия между PSA Peugeot Citroën (70%) и Mitsubishi Motors Corporation (30%). Изначально автомобили собирались методом крупноузловой сборки, а в 2012 г. было запущено производство по полному циклу. Производственная мощность завода – до 125 тыс. машин в год [17].



**Рис. 4. Ежегодная динамика продаж японских автомобилей по брендам [4, 13]**

Наиболее популярной японской маркой в РФ выступает «Тойота», при этом группа компаний объединяет в себе две марки – «Тойота» с среднегодовым объемом продаж в районе 120-140 тыс. шт. и «Лексус» – 10-15 тыс. шт. за рассматриваемый период. Наиболее высокий объем продаж марки «Тойота» наблюдался в 2008 г. (190 тыс. ед.), и лидером была Toyota Corolla, занявшая 5-е место среди наиболее продаваемых иностранных моделей в РФ (64 тыс. ед.). Ее продажи увеличились по сравнению с предыдущим годом на 64% [13]. После этого наблюдалось снижение продаж при падении всего автомобильного рынка РФ. Однако компания начала успешно преодолевать это снижение с 2010 г. с помощью обновления и модернизации модельного ряда, а также увеличения локализации производства некоторых своих моделей в РФ.

У японской компании в РФ есть свои производственные мощности. В 2010 г. было создано совместное предприятие с долей владения Акционерного общества (АО) «Соллерс» и японской Mitsui & Co., Ltd. в соотношении 50% на 50%. Производственная мощность составляла 25 тыс. ед. автомобилей модели Toyota Land Cruiser Prado в год. Однако в августе 2015 г. было принято решение об окончании проекта в связи с текущей экономической ситуацией, и теперь модернизированный внедорожник будет импортироваться в РФ с завода Toyota Tahara, расположенного в Японии [6].

Кроме того, с 21 декабря 2007 г. началось производство автомобиля марки Toyota Camry на заводе «Тойота Мотор Мануфэкчуринг Россия» в Санкт-Петербурге с производственной мощностью 50 тыс. ед. в год (к концу 2015 г. – 100 тыс. ед. в год). На заводе осуществляется сварка, окраска, сборка, штамповка кузовных и производство пластиковых деталей. Автомобили, выпускаемые в РФ, экспортируются в Республику Беларусь и Казахстан [7].

Автомобили марки Honda в РФ импортируют из тех регионов, в которых их собирают: Японии, США, Великобритании [1]. Весьма существенный рост продаж автомобилей данной марки наблюдался в 2008 г., когда продажи возросли на 131%. или 50,5 тыс. шт. Это

произошло за счет увеличившегося спроса на модель Honda Civic на 140% (20 тыс. шт.) и Honda CR-V на 257% (на 22,1 тыс. шт.) [13]. А уже в 2009 г. наблюдалось сильное снижение продаж автомобилей этой марки – на 65.9 тыс. шт. Это было вызвано тем, что компания не ввозила новые автомобили на территорию страны в связи с повысившимся курсом иены и высокими таможенными пошлинами, пытаясь реализовать автомобили 2008 г. выпуска, оставшиеся на складах. Относительно высокие цены на автомобили этой марки не позволяют ей существенно увеличить объем продаж в РФ, который остается на уровне около 20 тыс. ед. с 2009 по 2014 гг. Для понижения себестоимости реализуемых автомобилей в компании задумывались о локализации производства, однако в связи с невысокими объемами продаж в РФ компания не смогла заинтересовать партнерские фирмы по производству компонентов для машин выйти на российский рынок для поддержки производства [24].

Также стоит отметить, что с 2014 г. на российский рынок был выведен еще один бренд, принадлежащий группе Honda, – Acura. Его продажи относительно невелики, за 2014 г. было реализовано 112 машин.

*Renault-Nissan и АвтоВАЗ.* Альянс Renault-Nissan был образован в 1999 г. на принципе обмена акциями, и в настоящее время существует компания, которая управляет этим альянсом и на равных правах принадлежит обеим компаниям (50% на 50%) – Renault-Nissan B.V., созданная в 2002 г. В то же время Renault S.A. владеет 43,4% акций компании Nissan Motors, которой принадлежит 15% акций самой Renault S.A. [26].

Так как этот альянс не нарушает независимости брендов компаний, то проанализировать его продажи на российском рынке можно, проследив корреляционную связь между продажами автомобилей марки Renault и курсом евро, и Nissan и курсом японской иены.

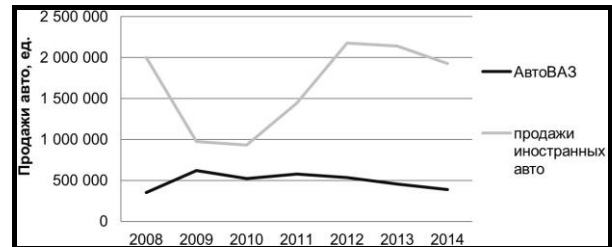
В 2012 г. Renault-Nissan и Государственная корпорация (ГК) «Ростехнологии» создали компанию Alliance Rostec Auto BV в соотношении 67,13% к 32,87% [10]. На сегодняшний день этой голландской оффшорной компании принадлежит 74,51% акций АО «АвтоВАЗ», остальные находятся в свободном обращении [10]. Акции компании АО «АвтоВАЗ» выкупались иностранным альянсом с целью получения производственных мощностей, расположенных непосредственно на одном из крупнейших рынков сбыта их продукции [5].

Таким образом, в настоящее время автомобили марки Renault и Nissan производятся в РФ на заводе АО «АвтоВАЗ» (Тольятти), кроме того, АО «АвтоВАЗ» контролирует предприятие «ИжАвто» в Ижевске. Среди моделей выпускаемых на заводах, можно отметить следующие: Renault (Logan, Sandero, Sandero Stepway) и Nissan (Almera, Sentra, Tiida). Кроме того, с 2014 г. в РФ был официально представлен и запущен в производство на заводе в Тольятти автомобиль марки Datsun, который был поглощен компанией Nissan и перезапуск производства которого в мире начался в 2013 г. На заводе в РФ выпускают с 2014 г. модели Datsun on-Do (седан) и Datsun mi-Do (хэтчбек) [10]. Несмотря на недавнее появление на рынке, в первый же

год продаж было реализовано 11,4 тыс. автомобилей [13].

Также Renault выпускается в РФ на заводе «Автофрамос» в Москве, который был открыт в 1998 г. совместно с правительством Москвы. В 2012 г. доля французской компании в предприятии составила 100%, в связи с этим в 2014 г. завод был переименован в ЗАО «Рено Россия» [5].

Что касается автомобилей марки Nissan, то их производят и на заводе в Санкт-Петербурге, который был открыт в 2009 г., производственная мощность предприятия – 50 тыс. автомобилей в год, а производятся здесь такие модели, как Nissan X-Trail, Nissan Teana, Nissan Murano [3].



**Рис. 5. Ежегодная динамика продаж машин «АвтоВАЗ» и иностранных автомобилей на территории РФ [4, 13]**

Интересно отметить динамику продаж отечественных автомобилей марки «АвтоВАЗ» (рис. 5) в сравнении с динамикой продаж иностранных машин на территории РФ: между ними прослеживается отрицательная корреляция, т.е. при снижении продаж иностранных машин, количество проданных отечественных автомобилей марки «АвтоВАЗ» растет.

## Выводы

Таким образом, предположение, выдвинутое в начале работы о том, что курс валюты влияет на объемы продаж, в целом является оправданным, что подтверждает анализ статистических данных.

То есть в ситуации, когда рубль укрепляется, объем продаж растет, а когда рубль дешевеет и автомобили становятся дороже в национальной валюте, соответственно, объем продаж снижается или динамика роста замедляется.

Однако есть и исключения: так, в случае возникновения неопределенности в экономической ситуации и при существенном обесценении рубля, что наблюдалось в конце 2014 г., возрастает потребность в объектах сохранения стоимости, и такими объектами выступают автомобили, в частности, это автомобили марок «Мерседес», «Ауди», «Порше», «БМВ», «Лексус» и «Инфинити».

Что касается японских автопроизводителей (кроме компании Nissan), то корреляция между динамикой их продаж и курсом соответствующих валют отрицательная, а ее величина варьируется в зависимости от уровня локализации производств данных компаний, спросом со стороны потребителей на модели, уровнем цены и т.д.

Что касается компании Renault-Nissan, то в связи с тем, что у нее довольно существенные производственные мощности на территории нашей страны, сотрудничество с отечественной фирмой «АвтоВАЗ», а также относительно доступные цены, то отрицательной корреляционной зависимости нет.

В то же время продажи самого «АвтоВАЗа» увеличиваются вместе со снижением количества реализуемых на территории страны иностранных автомобилей.

## Литература

1. Honda – автомобильная компания [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <http://www.honda.co.ru/>
2. MAZDA SOLLERS провело торжественную церемонию открытия совместного предприятия в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sollers-auto.com/ru/press-center/news/index.php?id35=652>
3. Nissan – автомобильная компания [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: [http://nissan.spectrauto.ru/about/about\\_p\\_1/about\\_p\\_5/](http://nissan.spectrauto.ru/about/about_p_1/about_p_5/).
4. Oanda – база данных Форекс [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oanda.com/lang/ru/>
5. Renault – автомобильная компания [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: <https://www.renault.ru/discover-renault/renault-in-russia/history.html>.
6. Sollers расторг соглашение по производству Toyota LC Prado на Дальнем Востоке [Электронный ресурс] // Интерфакс. – 2015. URL: <http://www.interfax.ru/business/460736>.
7. Toyota – автомобильная компания [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: <http://www.toyota.ru/world-of-toyota/factory/index.json>.
8. Volkswagen планирует собирать на ГАЗе 110 000 автомобилей в год [Электронный ресурс] // Ведомости. – 2012. URL: [http://www.vedomosti.ru/auto/news/2012/05/16/cherez\\_2\\_goda\\_volkswagen\\_nameren\\_sobirat\\_110\\_tys\\_avtomobilej](http://www.vedomosti.ru/auto/news/2012/05/16/cherez_2_goda_volkswagen_nameren_sobirat_110_tys_avtomobilej).
9. АвтоВАЗ – годовой отчет за 2014 год компании [Электронный ресурс] : официальный сайт. URL: <http://info.avtovaz.ru/index.php?id=186>
10. Автотор [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <http://www.avtotor.ru>
11. Анисимов Г. Продажи Volkswagen в 2011 г. на российском рынке увеличились в два раза [Электронный ресурс] / Г. Анисимов // Ведомости. – 2012. URL: [http://www.vedomosti.ru/auto/articles/2012/01/12/prodazhi\\_volkswagen\\_v\\_2011\\_g\\_na\\_rossijskom\\_rynke\\_uvelichilis](http://www.vedomosti.ru/auto/articles/2012/01/12/prodazhi_volkswagen_v_2011_g_na_rossijskom_rynke_uvelichilis)
12. Ассоциация европейского бизнеса. Статистические данные за 2006-2014 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://abinfo.ru/articles/aeb\\_arc.php](http://abinfo.ru/articles/aeb_arc.php).
13. Виноградова Е. Volkswagen не справился с российскими покупателями [Электронный ресурс] / Е. Виноградова, А. Непомнящий // Ведомости. – 2010. URL: [http://www.vedomosti.ru/business/articles/2010/09/27/volkswagen\\_tormozit](http://www.vedomosti.ru/business/articles/2010/09/27/volkswagen_tormozit)
14. Грибцова Ю. Mazda как по заказу [Текст] / Ю. Грибцова // Ведомости. – 2015. – 5 февр.
15. Дагаева А. и др. Калужский мечтатель [Текст] / А. Дагаева, М. Товкайло, А. Непомнящий // Ведомости. – 2009. – 21 окт.
16. Ключевые факты: завод «ПСМА Рус» [Электронный ресурс]. URL: <http://psa-peugeot-citroen-russia.ru/in-russia/prodinarussia/prod-key-facts/>
17. Ковригин А.С. Итоги работы российской автомобильной промышленности в I квартале 2013 г. [Электронный ресурс] / А.С. Ковригин // ОАО «АСМ-холдинг». – 2013. URL: [http://www.asm-holding.ru/pub/profile/present/krug\\_stol\\_24\\_04\\_2013/Kovrigin\\_24\\_04\\_13.pdf](http://www.asm-holding.ru/pub/profile/present/krug_stol_24_04_2013/Kovrigin_24_04_13.pdf)
18. Лучко М.Л. Влияние прямых иностранных инвестиций на социально-экономическое развитие стран-реципиентов [Текст] / М.Л. Лучко // Аудит и финансовый анализ. – 2015. №6.
19. Лучко М.Л. Прямые иностранные инвестиции в мировой экономике: тренды последних лет [Текст] / М.Л. Лучко // Финансовые исследования. – 2015. – №4.
20. Лучко М.Л. Роль крупных транснациональных корпораций в мировой экономике в начале XXI века [Текст] / М.Л. Лучко // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – №6.
21. Непомнящий А. Volkswagen Polo седан попал в программу льготного автокредитования [Электронный ресурс] / А.Непомнящий // Ведомости. – 2010. URL: [http://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2010/10/11/volkswagen\\_polo\\_sedan\\_popal\\_v\\_programmu\\_lgotnogo](http://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2010/10/11/volkswagen_polo_sedan_popal_v_programmu_lgotnogo)
22. Сборка обновленных Mazda CX-5 и Mazda 6 началась во Владивостоке [Электронный ресурс]. URL: <http://primamedia.ru/news/auto/27.01.2015/417257/sborka-obnovlennih-mazda-cx-5-i-mazda-6-nachalas-vo-vladivostoke.html>.
23. Ходякова Е. Honda хочет открыть завод в России [Электронный ресурс] / Е. Ходякова. // Slon.ru. – 2010. URL: [http://slon.ru/economics/honda\\_hochet\\_otkryt\\_zavod\\_v\\_rossii-267817.xhtml](http://slon.ru/economics/honda_hochet_otkryt_zavod_v_rossii-267817.xhtml).
24. Forbes Global 2000. The World's biggest public companies. 2014 ranking [Electronic resource]. URL: <http://www.forbes.com/global2000/list>.
25. Structure of the alliance [Electronic resource]. URL: <http://www.nissan-global.com/EN/COMPANY/PROFILE/ALLIANCE/RENAULT03/>.
26. Volkswagen Group Rus [Electronic resource]. Access mode: <http://www.volkswagengrouprus.ru/>.

## Ключевые слова

Автомобильная отрасль; валютные курсы; волатильность курсов; объемы продаж автомобилей; зависимость курса и объемов продаж; легковые автомобили; ТНК; европейские автомобили; японские автомобили; российский автомобильный рынок; автомобильные ТНК.

*Скакунова Алла Сергеевна*

## РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. Автомобильный рынок – один из важных сегментов потребительского рынка России. Актуальность статьи заключается в том, что с усилением международной конкуренции цена выбора оптимальной стратегии для продвижения своей продукции на международном рынке возрастает. Легковые автомобили от ведущих европейских и японских компаний занимают большую долю рынка, тем более, что половина из них собираются или производятся в России. Необходимо понимать, какие факторы влияют на динамику продаж. Воздействие колебаний валютных курсов на объем продаж в современных условиях меняющейся конъюнктуры мирового рынка нельзя недооценивать, поэтому анализ, представленный в данной статье, является весьма актуальным.

Научная новизна и практическая значимость. В статье на основе анализа статистических данных определяется степень влияния волатильности курса рубля к валюте страны компании-производителя на объемы продаж иностранных фирм. Также определяются причины тесноты корреляционной связи между данными параметрами, а выводы, полученные в ходе данной работы, представляют практический интерес.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

*Лучко М.Л., д.э.н., профессор, кафедра Мировая экономика, экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва.*

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ