Дипломная работа на тему "Легковая автомобильная промышленность России"

Содержание

**Л**

Введение 3

I История развития автомобильной промышленности России 4

I.1 Российская автомобильная промышленность в довоенный период 4

I.2 Российская автомобильная промышленность в послевоенный период 6

I.3 Российская автомобильная промышленность в эпоху перемен 11

II Современное состояние российского легкового автомобилестроения 17

II.1 Современная ситуация в российской легковой автомобильной   
промышленности 17

II.2 Состояние российского легкового автопарка в современное время 34

II.3 Иностранный капитал и новые тенденции развития легкового   
автомобилестроения России 42

III АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 47

III.1 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ в современный период 47

III.2 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ за рубежом 52

III.3 Дилерская сеть АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 56

III.4 Поставщики АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 63

IV Перспективы развития АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 72

IV.1 Сотрудничество АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ и корпорации ‘‘Дженерал Моторс’‘ 72

IV.2 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по реформированию производственно–хозяйственной деятельности 76

Заключение 83

Список основных информационных источников 87

Приложение А Производство легковых автомобилей в России   
за 1999 и 2000 годы 88

Приложение В Список основных дилеров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 92

Приложение С Список лучших поставщиков АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по итогам работы   
за 2000 год. 102

Приложение D Календарь знаменательных дат АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ 105

Приложение Е Цены на автомобили ‘‘ВАЗ’‘ в максимальной комплектации на  
апрель 2001 года 109

Приложение F Модельный ряд АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ на 2001 год. 111

Приложение G Карты 121

# Введение

Автомобильная промышленность играет очень важную роль в российской экономике, будучи одним из самых крупных источников рабочих мест. С точки зрения налоговых сборов автомобильная промышленность является третьим по величине, после производства алкогольной и табачной продукции, источником дохода от налоговых поступлений в государственный бюджет. Она опирается на прогресс в основных и прикладных науках и, кроме того, сама является движущей силой для развития технологий.

В первой главе дипломной работы описана история развития автомобильной промышленности в период с 1896 по 1994 год. Были описаны основные тенденции развития отрасли в рассматриваемом периоде.

Во второй главе дипломной работы рассмотрена ситуация в российской автомобильной промышленности в современный период (с 1995 года). Также рассмотрено состояние российского автопарка на 2001 год и оценены новые тенденции развития отрасли.

Третья глава дипломной работы полностью посвящена работе АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ – крупнейшего производителя легковых автомобилей в Российской Федерации. Работа предприятия была оценена по следующим пунктам: работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ в современный период (работа автозавода за последние пять лет) и работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ за рубежом (дана оценка работе завода в странах дальнего и ближнего зарубежья).

Отдельно рассмотрены следующие аспекты: сотрудничество АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ и ‘‘Дженерал Моторс’‘ (совместный выпуск нового внедорожника ‘‘Нива’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2123); развитие дилерской сети АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ (описана работа завода по созданию дилерской сети и предоставлена география дилеров (Приложение В)); работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ с поставщиками (описаны критерии подбора заводом поставщиков, а также предоставлена география поставщиков (Приложение С)).

Также описана работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по реформированию производственно–хозяйственной деятельности – создании на предприятии системы логистики и формировании на базе автозавода самостоятельных бизнес–единиц.

# I История развития автомобильной промышленности России

## I.1 Российская автомобильная промышленность в довоенный период

В 1996 году исполнилось 100 лет первому русскому автомобилю. В 1896 году русские изобретатели из Санкт Петербурга Е.А.Яковлев и П.А.Фрезе сконструировали самый первый русский автомобиль. Произошло это спустя лишь год после того, как Генри Форд сконструировал самый первый в мире легковой автомобиль, основанный на двигателе внутреннего сгорания. Примерно через 10 лет на заводе Лесснера в Петербурге впервые в России освоили серийное производство автомобилей. Среди двух десятков отечественных кампаний, экспериментировавших в области автомобильного производства, были каретные и велосипедные фабрики, заводы сельскохозяйственных машин, станкостроительные предприятия и машиностроительные предприятия в Москве, Смоленске, Ростове–на–Дону, Орле, Одессе. Самую значительную роль в развитии российского автомобилестроения до первой мировой войны сыграл Русско–Балтийский вагоностроительный завод ‘‘Руссо–Балт’‘ в Риге. За период с 1909 по 1915 годы на этом заводе было произведено более 400 автомобилей.

Первая мировая война дала мощные импульсы для автомобилизации России. Для нужд армии пришлось закупить за рубежом многие тысячи автомобилей. Необходимость создания собственной современной автомобильной промышленности была осознана на правительственном уровне. В соответствии с государственной программой началось форсированное строительство шести специализированных автомобильных заводов общей производительностью 7.5 тысяч машин в год. Это были: ‘‘Руссо–Балт’‘ в Филях под Москвой, ‘‘Русское Рено’‘ в Рыбинске, ‘‘Аксая’‘ в Ростове–на–Дону, ‘‘В.А. Лебедев’‘ в Ярославле, ‘‘Бекоса’‘ в подмосковных Мытищах и ‘‘АМО’‘ в Москве. К концу 1917 года ни один из этих заводов не был полностью отстроен. В наилучшем положении был московский ‘‘АМО’‘, где работы были выполнены на две трети. Революция и последовавшие следом гражданская война и экономический хаос нанесли новорожденной автомобильной промышленности сильнейший удар, от которого она не могла оправиться долгие годы.

Отсчет истории российского автомобилестроения традиционно ведут с 1924 года, когда на Московском заводе ‘‘АМО’‘ выпустили первую партию грузовых автомобилей. В последующие годы их начали выпускать также и в Ярославле, на бывшем заводе ‘‘В.А. Лебедев’‘. Что касается легковых автомобилей, то их начали выпускать малыми сериями на Московском заводе ‘‘Спартак’‘. С конца девятнадцатого века и до периода Нэпа включительно автомобильное производство в Советском Союзе носило полукустарный и мелкосерийный характер. Потребности страны в автомобильной технике практически на 90% приходилось покрывать путем закупок по импорту. К концу двадцатых годов в нашей стране выпускали ежегодно менее 2000 автомобилей, а по численности автомобильного парка она уступала таким странам, как Португалия и Румыния.

Массовое автомобилестроение в Советском Союзе было создано в тридцатые годы в рамках программы ‘‘социалистической индустриализации’‘. Буквально за шесть лет, с 1931 по 1937 год, производство автомобилей в стране выросло в 50 раз – до 200 тысяч единиц в год. Советский Союз вошел в пятерку ведущих автомобилестроительных держав мира. Причем по выпуску грузовых автомобилей, составлявших до 90% от общего объема производства автомобилей, он вышел на второе место в мире, после Соединенных Штатов Америки. Общее число автомобилей в стране приблизилось к довольно внушительной по тем временам цифре – одному миллиону единиц. Из хронического импортера автомобилей СССР превратился в их экспортера. В отрасли произошла революция, связанная с введением конвейерного производства – веяние прогресса, впервые воплощенного Генри Фордом на своем заводе в Детройте, позволившее ускорить сборку автомобиля и сократить затраты на нее.

Основу автомобильной промышленности страны составили два завода – гиганта: Горьковский Автомобильный Завод ‘‘ГАЗ’‘ и Московский ‘‘АМО’‘, который в 1931 году переименовали в ‘‘ЗИС’‘ (ныне ‘‘АМО ЗИЛ’‘). При содействии американской корпорации ‘‘Форд’‘ в Нижнем Новгороде (с 1932 по 1993 год – город Горький) в 1932 году был построен крупнейший автомобильный завод, рассчитанный на производство 100 тысяч автомобилей в год. Выбор Нижнего Новгорода был обусловлен несколькими причинами: наличием квалифицированной рабочей силы, дешевизной подвоза сырья по Волге, близостью уральской металлургической базы и значительной удаленностью от государственной границы. Московский завод ‘‘ЗИС’‘ после проведенной реконструкции многократно увеличил свои мощности: до семидесяти тысяч машин в год.

В 1930 в столице также был построен автосборочный завод имени Коммунистического Интернационала Молодежи ‘‘КИМ’‘ (позже ‘‘АЗЛК’‘, а ныне АО ‘‘Москвич’‘), рассчитанный на годовой выпуск более 20 тысяч машин в год. Существенно выросли мощности Ярославского автозавода, выпускавшего тяжелые грузовые автомобили. В Горьком, на ‘‘ГАЗе’‘, производили легкие грузовички – ‘‘полуторки’‘ и легковые автомобили среднего класса, на ‘‘ЗИСе’‘ – средние (по меркам тех лет) грузовики и правительственные представительские легковые автомобили. Перед самой войной московский завод имени ‘‘КИМа’‘, собиравший прежде грузовики ‘‘ГАЗ’‘, был перепрофилирован на производство легковых автомобилей.

## I.2 Российская автомобильная промышленность в послевоенный период

В годы Великой Отечественной войны производство автомобилей в Союзе сократилось почти в шесть раз. Все заводы были основательно перепрофилированы на выпуск военной техники. Колоссальную роль сыграли поставки от союзников по антигитлеровской коалиции: из Соединенных Штатов Америки, Канады и Великобритании по ‘‘ленд–лизу’‘ Советский Союз получил более 400 тысяч автомобилей. За годы войны количество автозаводов в стране выросло с четырех до семи. Эвакуация московского ‘‘ЗИСа’‘ на восток породила два новых автомобилестроительных центра: в Ульяновске в 1942 году и на Урале в 1944 году. В оккупированном Минске немцами был построен авторемонтный завод фирмы ‘‘Даймлер–Бенц’‘. После освобождения белорусской столицы в его корпусах начали сборку автомобилей, поступавших в СССР по ‘‘ленд–лизу’‘.

В военные годы началось географическое рассредоточение предприятий автомобильной промышленности. Этот процесс продолжался и в последующие десятилетия. Автомобильная промышленность Российской Федерации на протяжении всех послевоенных лет наращивала как объем выпуска продукции, так и свой научно–технический потенциал, постоянно уменьшая разрыв в техническом уровне между отечественными машинами и лучшими зарубежными аналогами.

Четверть века после войны – период стабильного эволюционного развития советской автомобильной промышленности. С 1949 года, когда был превышен довоенный уровень производства, и по 1969 год выпуск автомобилей в СССР вырос в среднем в три раза: грузовых – в два раза, легковых – более чем в шесть раз, автобусов – более чем на порядок. Некогда исключительно ‘‘грузовая’‘ отрасль все более приобретала пассажирскую направленность. Легковые автомобили стали поступать в свободную продажу. Началась вялотекущая автомобилизация населения. Настоящий бум переживало автобусное сообщение.

Бурно развивалась децентрализация производства: в СССР появилось 14 новых центров автостроения, а количество автозаводов выросло втрое. Как правило, это были предприятия средней величины или сравнительно небольшие (по советским меркам). Большинство из них организовано на базе уже действующих заводов: Запорожский ‘‘Коммунар’‘ и завод в Кременчуге прежде выпускали комбайны, завод в Ликино – оборудования для лесной промышленности, завод в Павлово – шоферский инструмент, Рижская автобусная фабрика выросла из авторемонтного предприятия, Брянский автомобильный завод был создан на базе машиностроительного комбината с дореволюционной историей, Луцкий машиностроительный завод (в последствии ‘‘ЛуАЗ’‘) выпускал рефрижераторные фургоны, во Львове изготавливались автокраны, Курганский завод колесных тягачей и ‘‘БелАЗ’‘ прежде производили строительные машины и механизмы, Могилевский автозавод вырос из завода металлоконструкций. Использование старой производительной инфраструктуры позволило вводить в строй новые автозаводы в массовом порядке: в среднем каждые полтора года.

Период с конца сороковых до шестидесятых годов стал периодом форсированного развития автомобильной промышленности в союзных республиках, то есть ‘‘выноса’‘ производства из России. С 1947 по 1961 года автомобильная промышленность была создана в Белоруссии (города Жодино, Могилев и Минск), в 1951 году – в Грузии (город Кутаиси), в 1961 году произошло второе рождение автомобильной промышленности в Латвии (город Рига), с 1957 года по 1967 год – на Украине (город Луцк и город Запорожье), в 1966 году – в Армении (город Ереван). Доля всех этих республик в производстве автомобильной техники выросла с нуля до почти 20% к концу шестидесятых годов. Все новые автозаводы были узкоспециализированными предприятиями. По существу, в СССР, как и в Западной Европе, происходила дезинтеграция старых автомобильных комбинатов с последующим выносом отдельных производств в пригороды: Ликино–Дулево под Москвой, Павлов–на–Оке неподалеку от Горького; а также дальше – в союзные республики и за Урал (Курган). Россия лишилась производства тяжелых грузовиков, передав их производство в Минск и Кременчуг. С 1959 года Ярославский завод стал изготавливать двигатели.

1967 год стал переломным в географии советского автомобилестроения. Город Луцк на Украине, где в 1967 году начали производить внедорожники ‘‘ЛуАЗ’‘, стал последним в ряду центров автомобильной промышленности, созданных в союзных республиках. С 1967 года новые автозаводы строились только в России. Первым из них стал в 1967 году завод ‘‘ИжМаш’‘ в городе Ижевске. Вопреки общемировым тенденциям, когда с 1973 года темпы роста мирового автомобилестроения резко замедлились, советская автомобильная промышленность в семидесятые годы переживала бум. С вводом в строй Волжского Автомобильного Завода – ‘‘ВАЗа’‘, с завершением реконструкции завода ‘‘АЗЛК’‘ и расширением мощностей в Ижевске легковое автомобилестроение стало лидирующим сектором в отрасли, а общее производство автомобилей в СССР в 1971 году впервые за всю историю существования советского автопрома перешагнуло за миллионный рубеж.

За десятилетие производства автомобилей в нашей стране выросло почти в два с половиной раза, в том числе легковых автомобилей – в четыре раза, грузовиков и автобусов – в полтора и почти в два раза соответственно. Как и в тридцатые годы, двигателем перемен стало строительство двух новых автомобильных заводов – гигантов: ‘‘ВАЗа’‘ в Тольятти и ‘‘КамАЗа’‘ в Набережных Челнах. ‘‘ВАЗ’‘, наряду с ‘‘Фольксвагеном’‘ во Вольфсбурге (ФРГ), стал крупнейшим заводом легковых автомобилей в Европе. ‘‘КамАЗ’‘ – крупнейший завод тяжелых грузовиков в мире. ‘‘Контракт века’‘ с итальянским ‘‘Фиатом’‘ по строительству ‘‘ВАЗа’‘, подписанный в конце 1966 года, сыграл революционную роль в развитии не только автомобилестроения, но и всей отечественной промышленности.

Завод в Тольятти стал не просто лидером отрасли, но и крупнейшим (до 10% Валового Внутреннего Продукта) экспортным машиностроительным предприятием СССР. По цепочке кооперационных связей он поднял уровень и собственно автомобильной промышленности, и смежных отраслей. В отечественном автомобилестроении окончательно победило крупномасштабное поточное производство, называемое ‘‘фордизм’‘. Произошло это на закате эры ‘‘фордизма’‘, определявшего мировое промышленное развитие с двадцатых годов. Суть этой технологической модели – в максимальном снижении производственных издержек путем увеличения массовости производства однотипной продукции. В легковом автомобилестроении оптимальные объемы производства на отдельно взятом предприятии составляют 250 – 300 тысяч машин в год.

При дальнейшем увеличении объемов производства снижении издержек замедляется, и в пределах до 700 тысяч автомобилей в год эта тенденция себя исчерпывает. Таким образом, до ‘‘ВАЗа’‘ легковое автомобилестроение в СССР не было в полном смысле слова массовым. С середины семидесятых годов в мировой промышленности начался переход к новому технологическому укладу, получившему название ‘‘постфордизма’‘, к гибкой организации системы производства. Как и много десятилетий назад, отраслью, породившей новую технологическую модель, стала автомобильная промышленность. СССР стал, пожалуй, последней страной, успевшей ‘‘под занавес’‘ уходящей эпохи поднять свое автомобилестроение до мирового уровня.

В семидесятые годы автомобильная промышленность ‘‘вернулась’‘ в Россию. Со строительством Ижевского (в 1967 году), Волжского (в 1971 году) и Камского (в 1976 году) автозаводов сложился единственный в стране гигантский Волго–Камский район автомобильной промышленности европейского значения. Он имеет форму почти правильного треугольника со стороной 500 – 550 километров, вершинами в Горьком, Ижевске, Тольятти и внутренними центрами в Ульяновске и Набережных Челнах. Производственный потенциал Волго–Камского треугольника – полтора миллиона автомобилей в год – полностью соответствовал мощностям британского автомобилестроения. Таким образом, в семидесятые годы процесс районообразования был завершен, географическая структура автомобильной промышленности СССР приобрела законченный вид.

В 1980 году производство автомобилей в СССР вышло на рекордный для себя уровень – 2.2 миллиона штук в год, но это было меньше, чем Соединенные Штаты Америки выпустили в 1920 году. Наступившее десятилетие стало эпохой застоя в отрасли: производство стагнировало, новые заводы не строились. К концу восьмидесятых годов СССР занимал пятое место в мире по выпуску автомобилей, причем по выпуску легковых автомобилей Союз был на восьмом месте (в конце 1989 года был изготовлен двадцатипятимиллионный советский легковой автомобиль), по грузовикам – на третьем месте, по автобусам – на первом месте. Около 20% всей продукции автопрома шло на экспорт. Доля СССР в мировом автомобилестроении превысила 4.7%.

В автомобильной промышленности СССР в восьмидесятые годы было занято более полутора миллионов человек. Основное производство осуществлялось на 24 автозаводах, получавших по кооперации от поставщиков от 2/3 до 4/5 комплектующих деталей, узлов и полуфабрикатов, необходимых для сборки машин. Отрасль имела асимметричную двойственную структуру: с одной стороны – предприятия России, а с другой – союзных республик. Предприятия России производили 6/7 продукции советского автопрома, в том числе 2/3 приходилось на Волго–Камский ‘‘треугольник’‘ и 16% на Московский регион (Москва – Ликино). Только в России был обеспечен полный производственный цикл автостроения. В других республиках были представлены преимущественно его верхние ‘‘этажи’‘. До 70% закупок они осуществляли в России. За ее пределами производство было вдвое более специализированным, а средняя величина автозаводов – в пять раз меньше (всего их там было одиннадцать).

Начавшее формироваться в 50 – 60 годы внутрисоюзное разделение труда в автомобилестроении окончательно сложилось в последующие 10 – 15 лет. В восьмидесятые годы в межреспубликанском обмене участвовала треть продукции российского автопрома и более 3/4 продукции из других республик. Только для России баланс межреспубликанского обмена был положительным. Автомобильное производство в других республиках было не просто компактным (меньше, чем в Москве), но качественно иным, дополняющей российское.

## I.3 Российская автомобильная промышленность в эпоху перемен

1990 год стал последним годом стабильного развития отечественной автомобильной промышленности. Начался новый этап – этап фундаментальных преобразований. С распадом СССР на карте мира появилось семь независимых государств, производящих автомобили: Россия, Украина, Белоруссия, Грузия, Армения, Азербайджан и Латвия. Советский Союз в 1990 году занимал восьмое место мире по производству легковых автомобилей, четвертое место по производству грузовых автомобилей и первое – по автобусам. За четыре последующих года выпуск автомобильной техники теперь уже в суверенной России сократился почти вдвое, однако она по прежнему входила в десятку ведущих автомобилестроительных держав.

В автомобилестроительном производстве было занято, по данным за 1991 год, 1114336 человек, что составляет 97.2% занятых в 1990 году, в том числе численность промышленно – производственного персонала равнялась 963386 человек (97% к 1990 году), из них рабочих 771241 человек (96.8% к 1990 году). Рентабельность (доходность) автомобилестроительного производства в 1991 году составила 39.3% (в процентах к себестоимости). Автомобилестроение в данный период оставалось одной из высокорентабельных отраслей промышленного производства Российской Федерации. Таким образом российское легковое автомобилестроение в то время было самым благополучным сектором в постсоветской автомобильной промышленности. Спад производства в 1990 – 1993 годах не превысил в нем 30% и остался в конъюнктурных рамках. В Тольятти производственные мощности были загружены на 72% (связано это было с выпуском первых вазовских переднеприводных моделей – ‘‘ВАЗ’‘ 2108 и ‘‘ВАЗ’‘ 2109, имевших большую популярность у автолюбителей), на ‘‘АЗЛК’‘ – менее чем наполовину (фактически у ‘‘Москвича’‘ выпускалась только одна модель – переднеприводный ‘‘Москвич’‘ 21041 ‘‘Алеко’‘).

В Ижевске произошло четырехкратное падение производства. Связано это было с тем, что ‘‘ИжМашАвто’‘ производил лишь слегка видоизмененную модель завода ‘‘АЗЛК’‘ – ‘‘Москвич’‘ 21412, изготавливаемую без изменений более четверти века, морально устаревшую, снятую с производства на ‘‘АЗЛК’‘ очень давно. Также завод выпускал грузовой вариант ‘‘Москвича’‘ 21412 (так как в то время конкурентов ему не было) и новую модель ‘‘ИЖ’‘ ‘‘Орбита’‘ (в то время только поставленную на конвейер) и мотоциклы. Выпуск внедорожников в Ульяновске был стабильным. Наилучшие показатели в то время показывал Нижний Новгород – Горьковский автозавод увеличил выпуск ‘‘Волг’‘ на 64%. Легковые автомобили никогда не превышали 1/5 производственной программы Горьковского автозавода – одного из крупнейших заводов в мире по выпуску грузовых автомобилей средней грузоподъемности. Доля легковых автомобилей в производстве ‘‘АвтоГАЗа’‘ достигла 3/4.

Список производителей легковых автомобилей пополнился ‘‘КамАЗом’‘ и автозаводом в Серпухове (‘‘СеАЗ’‘), который прежде специализировался на выпуске мотоколясок для инвалидов. C 1994 года ‘‘АвтоВАЗ’‘ прекратил выпуск автомобиля ‘‘ВАЗ’‘ 1113 ‘‘Ока’‘ – первого российского микролитражного автомобиля (до этого микролитражки в СССР выпускал ‘‘ЗАЗ’‘ на Украине – модели ‘‘Запорожец’‘) и окончательно передал их производство на ‘‘КамАЗ’‘ и в Серпухов, где планировалось собирать 45 тысяч и 20 тысяч автомобилей в год соответственно (‘‘КамАЗ’‘ выпускал микролитражки с конца 80 годов, правда в очень маленьких количествах). Таким образом ‘‘КамАЗ’‘, бывший самым крупным заводом в мире по производству тяжелых грузовых автомобилей стал главным изготовителем легковых автомобилей малого литража в России, тем более, что с уходом с российского рынка ‘‘ЗАЗа’‘ эта ниша не была занята никем.

Легковое автомобилестроение вытесняет грузовое и на заводском уровне, и в масштабах всей отрасли. С 1991 по 1994 год доля его сектора в российской автомобильной промышленности выросла с 60 до 80%. При общем сокращении производства в автомобилестроении парк легковых автомобилей растет беспрецедентными темпами: почти на 10% ежегодно. С 1991 по 1994 год количество легковых автомобилей в расчете на тысячу жителей России возросло с 57 до 74 штук. Происходит бурная автомобилизация населения (рисунок 1).

Рисунок 1

Рост численности легкового автопарка России в период с 1980 по 2000 год (в тысячах штук)



Источник – база данных ГИБДД

Основных источников автомобильного бума было два:

1. Российская автомобильная промышленность с каждым годом все более перестраивается в соответствии с запросами внутреннего российского рынка. За четыре года общий вывоз автомобилей и автобусов из России сократился почти в четыре раза. Причина этого – распад СЭВа, СССР и резкое снижение покупательной способности населения в странах СНГ, а также снижение популярности российских моделей за рубежом (отечественные автомобили продавались, в основном, в социалистических странах, а с распадом Советского Союза и падением ‘‘железного занавеса’‘ в эти страны открылся свободный доступ для иностранных автопроизводителей, предлагавших более качественные и экологически безопасные автомобили, нежели российские производители, практически по такой же цене). В результате экспортность российской автомобильной промышленности снизилась с 55 до 25%, а поставки на внутренний рынок возросли, причем не только в относительных, но и в абсолютных цифрах. С 1991 по 1994 годы сбыт легковых автомобилей отечественного производства в России вырос практически на 40%.

2. Важнейшим рынкообразующим фактором стал импорт автомобилей. До 1986 года Союз ежегодно ввозил по 25 тысяч автомобилей. За период с 1991 по 1994 годы эта цифра возросла на порядок. По оценкам журнала ‘‘За Рулем’‘, в 1990 году в Россию поступило около 170 тысяч иномарок, в 1991 году – в два раза больше. По официальным данным, в 1992 году Россия импортировала из дальнего зарубежья 108 тысяч только легковых автомобилей, а в 1993 году – 182 тысячи. А ведь есть еще и неофициальные данные. Вышеперечисленные цифры можно смело увеличить на половину и таким образом мы получим цифру, максимально приближенную к реальной.

Благодаря открытию внутреннего рынка и переориентации отечественной автомобильной промышленности на внутреннее потребление в первой половине девяностых годов в России ежегодно реализовывалось в среднем на 300 – 350 тысяч легковых автомобилей больше, чем десять лет назад.

В силу своего ‘‘гигантизма’‘ российское грузовое автомобилестроение всегда было наименее конкурентным сектором в бывшей советской автомобильной промышленности. С 1990 по 1994 года производство грузовиков в России сократилось почти в пять раз, а его доля в продукции всей отрасли снизилась с 35 до 15%. Рынок не в состоянии переварить сотни тысяч однотипных грузовиков средней и большой грузоподъемности – ‘‘ГАЗ’‘, ‘‘ЗИЛ’‘ и ‘‘КамАЗ’‘, тем более что с распадом СССР этот рынок сузился на треть: в прежние времена в бывших союзных республиках ежегодно реализовывали до 200 тысяч грузовиков российского производства, а в 1994 году – только 11 тысяч. Кризис в российском грузовом автомобилестроении – кризис перепроизводства. Возрождение подотрасли, хотя и в более скромных масштабах, связывают с производством малотоннажных грузовичков (которые по классификации Государственной Инспекции по Безопасности Дорожного Движения – ГИБДД принадлежат к категории ‘‘В’‘, то есть к легковым автомобилям). Спрос на них формируется малым и средним бизнесом, возросшими требованиями к себестоимости перевозок.

Летом 1994 года в Нижнем Новгороде запустили в производство серию автомобилей марки ‘‘ГАЗель’‘ – полуторатонный минигрузовик на базе агрегатов и двигателя легкового автомобиля ‘‘Волга’‘. Под этот автомобиль отведено три из четырех грузовых конвейера Горьковского автозавода. Грузовое отделение ‘‘АвтоГАЗа’‘ полностью меняет профиль и становится на 80% ‘‘малотоннажным’‘. Здесь же, в Нижнем Новгороде, подготовлено к запуску в производство целое семейство автомобилей ‘‘Бурлак’‘: пикапы и фургоны на базе ‘‘Волги’‘.

В Тольятти малыми партиями запущены в производство семейство ‘‘Бизонов’‘ – легкие грузовики и пикапы на базе внедорожника ‘‘Нива’‘. ‘‘ИжМашАвто’‘ – наименее конкурентоспособный производитель легковых автомобилей в бывшем Союзе – становится более ‘‘грузовым’‘. Сегодня пикапы и фургоны на базе ‘‘Москвич’‘ 21412 – его основная продукция, которая прежде составляла лишь треть от его производственных мощностей. Грузовые варианты легковых автомобилей составляют до 80% объема производства в Ижевске.

Акционерное Общество ‘‘Москвич’‘ (бывший ‘‘АЗЛК’‘) также стало выпускать пикапы на базе автомобиля ‘‘Москвич’‘ 21041 ‘‘Алеко’‘’ – единственного переднеприводного микрогрузовика в России. Но его высокая стоимость по сравнению с старой, но дешевой, моделью Ижевского завода затрудняет продвижение данной модели на рынок, хотя у нее гораздо больше преимуществ, чем у конкурента – передний привод, пятиместный кузов, меньший расход топлива, более мощный двигатель и больший полезный объем грузового отделения. Включая в производственную программу выпуск микрогрузовиков на базе легковых автомобилей заводы легкового и грузового автомобилестроения пытались заполнить пустующую модельную нишу и набрать оборотные средства.

Общая нестабильная экономическая и политическая обстановка, сложившаяся в стране после распада СССР, к концу 1994 года привела к существенному сокращению производства автомобильной техники (таблица 1), объема выполняемых научно–исследовательских и опытно–конструкторских работ. Эта проблема стала особенно острой в научно–исследовательских институтах отрасли: они практически полностью прекратили поисковые исследования и разработку перспективных концептуальных машин, их узлов и систем, что, безусловно, отразилось на техническом уровне наших автомобилей.

Стремительный рост цен вследствие их либеризации в 1992 году вызвал неплатежеспособность предприятий, привел к недостатку оборотных средств, сдерживанию процесса производства и дестабилизации их финансового положения. В автомобильной промышленности усилились центробежные тенденции в отношениях между традиционными партнерами, рушились кооперационные связи предприятий, которые оказались разделенными границами вновь образовавшихся независимых государств.

Таблица 1

Производство автомобилей в России в период с 1990 по 1995 год

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Год выпуска  Производитель** | **1995** | **1994** | **1993** | **1992** | **1991** | **1990** |
| АО ‘‘Москвич’‘ | 40600 | 67868 | 95801 | 101422 | 104344 | 106004 |
| АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ | 609213 | 530876 | 660275 | 673821 | 674884 | 734588 |
| АО ‘‘АвтоГАЗ’‘ | 118673 | 118159 | 105654 | 69001 | 69000 | 72000 |
| АО ‘‘ИжМашАвто’‘ | 12774 | 21903 | 31336 | 54420 | 104344 | 106004 |
| АО ‘‘КамАЗ’‘ (‘‘ЗМА’‘) | 8638 | 6118 | 5275 | 7545 | 4536 | 1962 |
| АО ‘‘АвтоУАЗ’‘ | 44880 | 53178 | 57604 | 54317 | 52491 | 53450 |
| Всего: | 834778 | 798102 | 955895 | 960526 | 1009599 | 1074008 |

Источник – база данных ‘‘АСМ–Холдинг’‘: **www.asm-holding.ru**

Главные причины такого положения – это существенное сокращение государственного финансирования научных разработок, а также незаинтересованность предприятий вкладывать деньги в долгосрочные проекты. Имел место резкий спад инвестиционной активности, свертывание долгосрочных строительных программ. Третья причина – определенная растерянность руководства научно–исследовательских и опытно–конструкторских организаций, их неготовность искать новые формы работ и организации своей деятельности. Но, как показало последнее время, многие научно–производственные организации, институты и заводские конструкторские подразделения вместе с вновь созданными государственными и коммерческими структурами начали приспосабливаться к новым условиям. Доказательство тому – возобновление с 1993 года работ по созданию программ развития автомобилестроения в России и ряде других государств СНГ.

# II Современное состояние российского легкового автомобилестроения

Российское автомобилестроение создавалось в годы первых пятилеток как отрасль ‘‘грузовая’‘ – для целей индустриализации страны, военного строительства и так далее: до Великой Отечественной Войны легковые автомобили составляли не более 12% конечной продукции автопрома СССР. В 1960 году этот показатель составил уже 31%. И только с 1972 года легковое автомобилестроение постепенно становится ведущим сектором отрасли, намного опередив бывшего лидера – грузовое автомобилестроение. Последнее десятилетие двадцатого века стало эпохой беспрецедентных явлений в отечественной автомобильной промышленности. Современный кризис в российской автомобильной промышленности носит структурный характер – производство адаптируется к условиям рыночной среды.

## II.1 Современная ситуация в российской легковой автомобильной промышленности

С распадом СССР в автомобилестроении начался кризис, который в первую очередь отразился на грузовом автомобилестроении: если в 1990 году производство легковых автомобилей сократилось на 28% – до уровня начала семидесятых годов, то производство грузовых автомобилей понизилось до уровня 1936 года – в 4.9 раза. В результате структурной перестройки доля легковых автомобилей в конечной продукции отрасли выросла с 62 до 86% (для примера, в Германии этот показатель составляет 94%, во Франции – 87%, в Италии – 88%). Решающим фактором в развитии легковой автомобильной промышленности в России стала бурная автомобилизация населения. В современной структуре российского автомобильного парка 76% приходится на легковые автомобили. Грузовое автомобилестроение практически более чем наполовину перешло на малотоннажное автомобилестроение. Спрос на такие автомобили формируется растущими секторами экономики – малым и средним бизнесом, розничной торговлей, фермерскими хозяйствами, а также – возросшими требованиями к снижению себестоимости перевозок.

С 1996 года российское грузовое автомобилестроение приобрело ‘‘рыночную’‘ структуру: на первое место по объемам производства на первое место вышли малотоннажные автомобили (в 1990 году их доля составляла лишь 16%). На АО ‘‘АвтоГАЗ’‘ символом структурной перестройки стал автомобиль ‘‘ГАЗель’‘ – малотоннажный экономичный грузовик на базе агрегатов легкового автомобиля ‘‘Волга’‘. С помощью ‘‘ГАЗели’‘ Горьковский автозавод завоевал почти 2/3 российского рынка грузовых автомобилей. Но главной продукцией ‘‘АвтоГАЗа’‘ все же был легковой автомобиль – ‘‘Волга’‘. Ее доля в производственной программе завода выросла с 1990 года в три раза – почти до 60%. ‘‘ГАЗели’‘ находились на втором месте – около 40%.

После распада СССР автомобильное производство в России стало значительно менее концентрированным географически: за счет открытия новых автосборочных предприятий с зарубежными фирмами и создании отечественными автозаводами дочерних предприятий по сборке автомобилей в других городах (Приложение G: Карта автомобильных заводов и автосборочных производств на территории СНГ). В Советской России на главный район автомобильной промышленности – Волго–Камский ‘‘треугольник’‘, с вершинами в Нижнем Новгороде (бывший город Горький), Тольятти и Ижевске и внутренними центрами в Ульяновске и Набережных Челнах, приходилось более 3\4 автомобильного производства. Этот регион в форме почти правильного треугольника со сторонами в 500 – 550 километров обладал производственным потенциалом равным по мощности автомобильной промышленности Великобритании и Испании. Еще около 20% продукции отрасли давал столичный регион – Москва. По масштабам производства автомобилей Москва превосходила все союзные республики (ныне страны ближнего зарубежья) вместе взятые.

Волго–Камский ‘‘треугольник’‘ и столичный регион образуют мегаядро отечественного автомобилестроения. В последние годы доля этого района в продукции российского автопрома увеличилась до 97%. Только на Тольятти и Нижний Новгород приходится более 80% продукции автомобильной промышленности России, в том числе более 90% легковых автомобилей. За счет Горьковского автозавода формируется пятая часть Валового Регионального Продукта Нижегородской области и более 40% всех поступлений в бюджет Нижнего Новгорода. На Волжский автозавод приходится более 35% от общего объема поступлений в бюджет Самарской области. Благодаря ‘‘АвтоВАЗу’‘ (на заводе работают более 100 тысяч человек) Тольятти сегодня один из наиболее благополучных городов России. На 700 тысяч жителей города приходится более 200 тысяч легковых автомобилей. Тольятти – вершина огромной производственной пирамиды: до 55% себестоимости автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ создается смежниками из других городов, поставляющими комплектующие изделия и материалы.

Рынок сбыта продукции российской легковой автомобильной индустрии с 1990 года очень сильно уменьшился. За девяностые годы экспортная квота российской легковой автомобильной промышленности, то есть доля продукции, вывозимой из России по отношению к общему объему производства, сократилось с 55 до 17%. Произошла переориентация отрасли на внутреннее потребление (рисунок 2).

Связано это в первую очередь с ‘‘деколонизацией’‘ и крахом автомобильного рынка в странах ближнего зарубежья. В последние годы поставки автомобилей из России в бывшие союзные республики сократились почти в двадцать раз. Связано это с падением платежеспособности населения в республиках бывшего СССР и утратой позиции в бывших странах социалистического лагеря и на свободных рынках дальнего зарубежья. Происходит дальнейшее свертывание внешнеторгового оборота отечественной легковой автомобильной промышленности. Российская легковая автомобильная промышленность отступила не только с дальних рубежей. По существу, сегодня рынок российской легковой автомобильной промышленности простирается от Смоленска до Читы.

Полностью утраченными оказались окраинные рынки Дальнего Востока и Калининградского анклава – двух из четырех очагов автомобилизации России. В Соединенных Штатах Америки иностранные производители также завоевали национальный рынок с побережья. Если рекордный уровень автомобилизации в Москве и Сургуте, где на 300 тысяч жителей приходится более 100 тысяч автомобилей – следствие высокого уровня жизни, то на Дальнем Востоке и в Калининградской области наоборот: географическое положение через массовую автомобилизацию населения поднимает уровень и качество жизни.

Рисунок 2

Поставки автомобилей российского производства.



Источник – база данных журнала ‘‘Авто Ревю’‘: **www.autorev.ru**

Сахалинская область стала одним из самых автомобилизированных субъектов Российской Федерации благодаря соседству с Японией, где автомобили одни из самых дешевых в мире, а также потому что многие имеют таможенные льготы на ввоз автомобиля иностранного производства (например, моряки, занимающиеся промыслом рыбопродуктов). Ситуация такова, что во Владивостоке, Находке, на Сахалине вполне можно вводить левостороннее движение, так как подавляющее большинство легковых автомобилей там японские, с правым рулем (Япония, как и Англия, придерживается правил левостороннего движения, а подержанные автомобили, которые завозятся к нам, были подготовлены Японией для внутреннего рынка. На экспорт Япония поставляет автомобили с правым рулем). В свободную экономическую зону ‘‘Янтарь’‘ (Калининградская область) автомобили ввозятся по льготным таможенным пошлинам. К тому же там работает предприятие ‘‘АвтоТОР’‘ по отверточной сборке иностранных автомобилей совместно с ‘‘КИА’‘ (Корея) и ‘‘БМВ’‘ (Германия).

С ростом столичной ренты в последние годы ядром российского легкового автомобильного рынка стала Москва, на которую приходится 10 часть Валового Внутреннего Продукта и 80% финансового оборота страны, 30% иностранных инвестиций в экономику России.

В 1997 году российский автопром вышел в лидеры, дав максимальный среди других отраслей промышленности рост производства: 12.6% по сравнению с 1996 годом. Выпущено 982 тысячи легковых автомобилей (рост – 13,2%). Увеличили объемы производства ‘‘АвтоВАЗ’‘ и ‘‘АвтоГАЗ’‘, начал постепенно выходить из кризиса ‘‘Москвич’‘. Спад лишь у ‘‘ИжМашАвто’‘ (на 39,4%), который выпустил в 1997 году всего 5.5 тысяч легковых автомобилей – убыточного ‘‘Москвича’‘ 21412 сменяет на конвейере еще не слишком известная ‘‘Орбита’‘. Но ведь можно посмотреть на все эти цифры немного с другой стороны: по сравнению с 1990 годом производство легковых автомобилей упало на 25% и находится где–то на уровне середины семидесятых годов. При пристальном рассмотрении сложившейся в 1997 году ситуации в легковой автомобильной промышленности вырисовывается не очень благоприятная картина:

АО ‘‘Москвич’‘ под пристальным вниманием московского правительства начал выходить из кризиса. Столичная мэрия финансировала из своего бюджета на реанимацию АО ‘‘Москвич’‘ почти 300 миллионов деноминированных рублей. По мировым понятиям это почти ничто. Предприятие переходит на выпуск дорогих автомобилей, переделанных из всем известного дешевого ‘‘Москвича’‘ 2141 ‘‘Алеко’‘. По давно проверенным жизнью расчетам, рентабельность производства находится в зависимости от объемов выпуска автомобилей. Чтобы предприятие имело выгоду, оно должно производить ежегодно дешевых автомобилей малого класса не меньше 300 тысяч или среднего класса – от 150–170 тысяч, а дорогих представительских авто – 80–100 тысяч штук в год и более. Ну а эксклюзивных автомобилей можно выпускать и единицы, не упустив выгоды. По всей видимости, руководство АО ‘‘Москвич’‘ решило не тратить сил на налаживание массового производства недорогих машин, а производить автомобили большие и шикарные в небольшом количестве. Теоретически такой путь возможен. Но не на практике.

Горьковский автозавод, пожалуй, самое мобильное предприятие отрасли. Несмотря на то, что сложности положения автопрома в полной мере относились и к Горьковскому автозаводу, в наш противоречивый рынок он вписался лучше других, выпустив самый популярный коммерческий грузовик и большое число его модификаций, нарастив, угадывая конъюнктуру спроса, выпуск бывшей номенклатурной ‘‘Волги’‘ и постоянно поддерживая интерес к этому автомобилю непрерывными усовершенствованиями. Имидж благополучного предприятия, в отличие от образа обанкротившегося ‘‘Москвича’‘, помогает нижегородцам в поисках партнеров.

На ‘‘ЕлАЗе’‘ за весь 1997 год собрали всего около 200 внедорожников ‘‘Шевроле Блейзер’‘.

Собранные на ‘‘АвтоТОРе’‘ ‘‘Киа’‘, несмотря на рост производства, по–прежнему малозаметны среди других марок автомобилей. Сборка ‘‘БМВ’‘, по всей видимости, ориентирована в первую очередь на чиновников: эти покупатели самые стабильные, но вряд ли способны приобрести более двух сотен машин в год.

Лучше всех дела обстояли у ‘‘Автофрамоса’‘: помимо ‘‘Рено Меган’‘, в Москве стали выпускать и недорогой турецкий ‘‘Рено 19’‘. Почти 80% машин старейшей европейской марки, проданных в России в 1997 году, здесь же и произведены.

К началу 1998 года в России сложилась ситуация не в пользу отечественных автопроизводителей. Ввоз автомобилей иностранного производства рос с ужасающей быстротой. Низкое качество сборки отечественных автомобилей, их высокая стоимость (к примеру ‘‘БМВ’‘ 318 с впрысковым (инжекторным) двигателем, с пробегом более 150 тысяч километров 1986 года выпуска в 1997 году стоила дешевле, чем ‘‘ВАЗ’‘ 2106 того же года выпуска, причем ресурс двигателя импортного автомобиля был около 500 тысяч километров, а ресурс двигателя отечественного автомобиля – порядка 150 тысяч километров, да и оснащение иномарок было на порядок выше отечественных моделей – некоторые подержанные иномарки поставлялись к нам с автомагнитолой, электростеклоподъемниками, литыми дисками, тонированными стеклами и другими дополнительными опциями – стандартное оснащение большинства импортных машин) привели к тому, что купить подержанную иномарку (с пробегом 100 тысяч километров или более) было выгодней, чем новый отечественный автомобиль.

В начале 1998 года в целом в производстве легковых автомобилей произошло наращивание объемов – сказалась бурная автомобилизация населения России. Среднемесячный результат первой половины 1998 года приблизился к среднемесячному результату 1990 года. Рост производства в начале 1998 года по сравнению с аналогичным периодом 1997 года составил 8.4%. Рост произошел несмотря на сокращение производства почти всеми заводами и был в основном обеспечен крупнейшим российским производителем легковых автомобилей – ‘‘АвтоВАЗом’‘, хотя он переживал в то время не лучшие времена. Наибольшие темпы роста по сравнению с 1997 годом показывал постепенно выходивший из кризиса ‘‘Москвич’‘ – сказалось тесное сотрудничество с французским ‘‘Рено’‘. Важным фактом являлся наметившийся рост производства легковых автомобилей после нескольких месяцев спада на Горьковском автозаводе. В несколько раз нарастил производство ‘‘ИжМашАвто’‘. Однако уровня 1997 года удмуртское предприятие в 1998 году достигнуть не смогло.</DIV>

<TBODY>Огромный удельный вес Волжского автозавода в суммарном производстве легковых автомобилей и в автомобилестроении в целом оказал негативное влияние на производственные результаты в данной подотрасли машиностроения во второй половине 1998 года. Даже рост производства на Горьковском автозаводе не способен был изменить наметившуюся тенденцию. Последний раз падение производства в автомобилестроении в штучном выражении продукции было зафиксировано по итогам 1994 года по сравнению с 1993 годом. Тогда падение составило более 40%. Причиной резкого сокращения производства в начале 1998 года оказался кризис перепроизводства на Волжском автозаводе. Продукция Волжского автозавода составляет более 60% продукции отечественного автомобилестроения, что ставит в зависимость результаты всей отрасли от состояния производства на данном заводе.

Снижение производства на Волжском автозаводе в результате оказало негативное влияние не только на автомобилестроение, но и на все машиностроение в целом. Так как половина стоимости автомобиля создается на предприятиях – смежниках (поставщиках), то снижение производства затронуло и их – сократилось количество заказов на комплектующие, а с этим и сокращение оборотных средств. Руководство Волжского автозавода изменило план производства в 1998 году на 125 тысяч автомобилей в сторону уменьшения, что в среднемесячном выражении означало чуть более 15 тысяч автомобилей. Производство легковых автомобилей в 1998 году на Волжском автозаводе снизилось почти до уровня среднемесячного производства 1994 года – самого кризисного года в отечественном автомобилестроении.

После известных августовских событий, когда обвал рубля и рост доллара поставил в невыгодное положение покупку иномарки возник ажиотажный спрос на отечественные автомобили. Однако обеспечить резко возросшую потребность в автомобилях отечественного производства автозаводы были не в состоянии – замерла банковская деятельность, поставщики комплектующих резко подняли цены, возросли цены на энергоносители. Все это привело к резкому падению долларовой цены автомобиля и к увеличению накладных расходов (вазовская ‘‘десятка’‘ до кризиса стоила около 11 тысяч долларов, а после кризиса цена ее составила чуть более 5000 долларов – падение больше, чем в два раза).

В итоге в конце 1998 года сложилась такая ситуация, что автозаводы вынуждены были идти на резкое снижение долларовой цены автомобиля, а соответственно к увеличению их конкурентоспособности с подержанными иномарками. Однако рублевая цена выросла. Значительное удорожание сырья, материалов и оборудования не позволяло предприятиям удерживать низкие рублевые цены на свою продукцию, многие из них столкнулись с проблемой сбыта готовых машин. Поэтому предприятия легковой автомобильной промышленности проводили активный маркетинг на рынках стран СНГ и дальнего зарубежья. В целом за 1998 вырисовалась следующая картина:

‘‘АвтоВАЗ’‘ в 1998 году заметно снизил план производства: собрано 594000 автомобилей против 740000 в 1997 году. Развиваются автосборочные проекты. На фирме ‘‘РосЛада’‘ в Сызрани выпущено 5000 автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2106. До 1998 года в Сызрань поступали кузова в сборе с салоном, на которые монтировали двигатели и ходовую часть. Но уже в начале 1998 года на ‘‘РосЛаду’‘ начали поступать ‘‘голые’‘ кузова: здесь осваивают полный сборочный цикл.

Горьковский автозавод в 1998 году полностью выполнил план и сделал 125000 легковых машин – это предельная производственная мощность завода. За 1998 год на 25% увеличилось производство микроавтобусов ‘‘Газель’‘. Набирал темп ‘‘Соболь’‘ (укороченный вариант ‘‘ГАЗели’‘): каждый месяц из ворот завода выезжало около 40 машин. На дочерних предприятиях в России, на Украине и в Казахстане в 1998 году собрано 7800 автомобилей (это грузовики и микроавтобусы ‘‘Газель’‘, а также ‘‘Волга’‘ ‘‘ГАЗ’‘ 3110).

На ‘‘ЗИЛе’‘ сделали 20 легковых машин, большую часть которых составили пятиместные седаны представительского класса ‘‘ЗИЛ’‘ 41041. Главный заказчик – Федеральная служба охраны.

На ‘‘ИжМашАвто’‘ в 1998 году собрали 10479 автомобилей, 60% из них – ‘‘Орбита’‘ ‘‘ИЖ’‘ 2126, остальные – пикапы и фургончики ‘‘ИЖ’‘ 2715.

Входящий в холдинг ОАО ‘‘КамАЗ’‘ ‘‘Завод Микролитражных Автомобилей’‘ (‘‘ЗМА’‘) выпустил в 1998 году 19102 автомобиля ‘‘ВАЗ’‘ 11113 ‘‘Ока’‘.

‘‘Москвич’‘ выпустил 40000 машин против 20000 в 1997 году. Около 80% выпуска пришлось на модель ‘‘Святогор’‘. Сходил с конвейера и ‘‘Князь Владимир’‘.

На ‘‘СеАЗе’‘ сделано 10000 автомобилей, из которых более четверти – с ручным управлением для инвалидов.

На ‘‘АвтоУАЗе’‘ за год сделано 78482 полноприводных внедорожника. После многолетнего ожидания до конвейера добрался ‘‘УАЗ’‘ 3160: в 1998 году собрано 227 машин, часть из которых оснащена итальянскими дизелями ‘‘ВМ Мотори’‘.

Компания ‘‘Донинвест’‘ выпустила 7000 машин: 5000 ‘‘Дэу Эсперо’‘, 1600 седанов ‘‘Дэу Нексия’‘, собрано около 300 больших ‘‘Кондоров’‘, а ‘‘Ассолей’‘ и ‘‘Орионов’‘ выпущены единицы. Все машины под маркой ‘‘Донинвест’‘ были собраны на заводе ‘‘Красный Аксай’‘ в Ростове–на–Дону.

На заводах ‘‘Хенде’‘ в Ижевске, Балаково и Анжеро–Судженске собрано около 1000 автомобилей. Однако из–за отсутствия спроса сборка машин свернута.

Калининградское предприятие ‘‘АвтоТОР’‘ в 1998 году в ‘‘дособрало’‘ из корейских сборочных комплектов 1600 автомобилей ‘‘Киа Авелла’‘, ‘‘Киа Кларус’‘, ‘‘Киа Спортаже’‘ и ‘‘Киа Рокста’‘.

Увеличение цен на горюче–смазочные материалы послужило толчком к освоению населением микролитражных автомобилей. ‘‘Ока’‘ становилась все более популярной маркой, что позволило ‘‘КамАЗу’‘ и ‘‘СеАЗу’‘ увеличить продажи в России и даже выйти за границу – разработка автомобиля ‘‘Ока’‘ с правым рулем будет одной из важнейших задач созданного при Департаменте развития и внедрения новых разработок ОАО ‘‘КамАЗ’‘ конструкторско–исследовательского отдела легковых автомобилей. Отдел, подчиненный непосредственно главному конструктору ОАО ‘‘КамАЗ’‘, создан в связи с наращиванием объемов выпуска легковых автомобилей и необходимостью централизации и упорядочения деятельности по их модернизации, а также по разработке перспективных моделей. Отдел осуществляет конструкторское обеспечение и авторский надзор за серийным производством легковых автомобилей. Создание конструкторско–исследовательского отдела легковых автомобилей связано с тем, что в перспективе планируется расширение позиций ОАО ‘‘Завод Микролитражных Автомобилей’‘ (входит в холдинг ‘‘КамАЗ’‘) на международных рынках.

Первый шаг в этом направлении уже сделан – между правительствами Пакистана и Татарстана в мае 2000 года было заключено соглашение о совместном производстве в Карачи автомобилей ‘‘Ока’‘, приспособленных к эксплуатации в условиях жары и правостороннего движения. При скромном росте общих объемов выпуска производство отдельных моделей будет расти высокими темпами. Производство автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 11113 ‘‘Ока’‘ на Серпуховском автозаводе и ‘‘Заводе Микролитражных Автомобилей’‘ в Набережных Челнах (‘‘ЗМА’‘) планируется увеличить как минимум в 2 раза и выпускать не менее чем девяносто тысяч микролитражных автомобилей в год. Нынешние объемы производства микролитражных автомобилей ‘‘Ока’‘ (16 тысяч штук в год на ‘‘СеАЗе’‘ и 26 тысяч штук на ‘‘ЗМА’‘) делают эти предприятия очень низкорентабельными: у ‘‘СеАЗа’‘ рентабельность 5%, у ‘‘ЗМА’‘ она чуть выше – 5.5%.

АО ‘‘АвтоГАЗ’‘ также готовится выступить с новым предложением на местном и зарубежном рынках. В 2000 году ведена в эксплуатацию первая очередь мощностей для производства новой модели легкового автомобиля ‘‘ГАЗ’‘ 3111 ‘‘Волга’‘ на 10 тысяч штук в год. Была проведена сборка опытной партии из 20 автомобилей для доводки технологии производства – первые автомобили использовались для испытаний. Только с апреля 2001 года Горьковский автозавод начал товарное производство на продажу. Минимальный объем выпуска на 2001 год – 2.8 тысячи штук, но он может быть увеличен.

Горьковский автозавод получает большой объем заявок на новую ‘‘Волгу’‘, но не торопится удовлетворять их, пока не будет налажено производство качественного автомобиля. Цена новой ‘‘Волги’‘ – в пределах 10 тысяч долларов исходя из экономических условий, сложившихся на данный момент в России. Новая ‘‘Волга’‘ будет комплектоваться бензиновым двигателем ‘‘ЗМЗ’‘ 4052 с электронным впрыском топлива или дизельным 4 цилиндровым двигателем ‘‘Стейер’‘, изготавливаемом в Нижнем Новгороде по лицензии австрийской фирмы. Автомобили с импортными двигателями планируется поставлять на экспорт. Для выполнения производственных заказов по выпуску новой ‘‘Волги’‘ привлечены более 60 предприятий России и СНГ, что позволило значительно снизить долю применения импортных комплектующих.

В 2000 году производство автомобилей в России увеличилось на 23% по сравнению с 1999 годом (таблица 3 в Приложении А) – автомобильные предприятия постепенно выходили из кризиса, вызванного обвалом рубля в 1998 году. В 1999 году было произведено 764754 легковых автомобилей. В 2000 году среднемесячное производство легковых автомобилей составило 81348 штук. Для сравнения, в 1999 году среднемесячное производство легковых автомобилей составило 63730 штук. Объем производства в 2000 году составил 976176 легковых автомобилей. Если рассмотреть производство автомобилей за год, то вырисуется следующая картина:

На ‘‘АвтоВАЗе’‘ выпущено более 705 тысяч автомобилей, что на 27 тысяч больше, чем в 1999 году. Завершено освоение модельного ряда ‘‘десятого’‘ семейства: и седаны ‘‘ВАЗ’‘ 2110, и универсалы ‘‘ВАЗ’‘ 2111, и хэтчбеки ‘‘ВАЗ’‘ 2112 теперь сходят с главного конвейера. За год собрано 161878 машин этого семейства, план на 2001 год – 220000 автомобилей. Цех опытно–промышленного производства (ОПП) покинуло 10000 автомобилей. В 2001 году здесь планируют сделать почти в два раза больше – 18000 машин; из них 10800 минивэнов ‘‘ВАЗ’‘ 2120 и внедорожников ‘‘ВАЗ’‘ 2131. Кроме того, на ОПП собирают пикапы ‘‘ВАЗ’‘ 2329, седаны ‘‘ВАЗ’‘ 21108 ‘‘Премьер’‘, хэтчбеки ‘‘ВАЗ’‘ 2113 и ‘‘ВАЗ’‘ 2114. Сборка седана ‘‘ВАЗ’‘ 2115 перенесена на главный конвейер. На дочернем предприятии в Сызрани собрали 31669 автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2106 и ‘‘ВАЗ’‘ 21093.

‘‘Завод Микролитражных Автомобилей’‘ при ‘‘КамАЗе’‘ и ‘‘СеАЗ’‘ общими усилиями выпустили 48000 автомобилей ‘‘Ока’‘ против 42 тысяч в 1999 году. Могли бы сделать и больше, но ‘‘АвтоВАЗ’‘ не смог увеличить объемы производства силовых агрегатов. В 2001 году тольяттинцы обещают отгрузить 54000 моторов – столько же будет собрано и автомобилей, часть которых будет оснащена системой впрыска топлива и каталитическими нейтрализаторами.

На ‘‘АвтоГАЗе’‘ сбавили темп, выпустив лишь 116319 автомобилей (в 1999 году – 125486), в их числе – 53 новые ‘‘Волги’‘ ‘‘ГАЗ’‘ 3111. Главная причина падения объемов производства – отказ от бартерных схем оплаты комплектующих, что повлекло увеличение цен автомобилей для дилеров и снижение объемов продаж. Правда, в январе 2001 года темпы выпуска выросли: сейчас ежедневно с конвейера сходит 280 легковых автомобилей. В 2001 году будет увеличен объем выпуска новой модели ‘‘ГАЗ’‘ 3111 и дизельных двигателей ‘‘Стейер’‘.

У ‘‘АвтоУАЗа’‘ хорошие итоги года: 39930 легковых и 45000 коммерческих автомобилей (прирост 4.6%). На конвейер встали длиннобазный ‘‘УАЗ’‘ 3162 ‘‘Симбир’‘ и ‘‘УАЗ’‘ 3159 ‘‘Барс’‘. В ноябре начались поставки внедорожников ‘‘УАЗ’‘ 3160 и ‘‘УАЗ’‘ 3162 (без силовых агрегатов) в Италию, где их оснащают дизелями ‘‘ВМ Мотори’‘. В 2001 году объемы выпуска будут увеличены, а вот новых моделей не появится. В частности, нет денег на освоение производства минивэнов ‘‘УАЗ’‘ 3165 ‘‘Симба’‘.

У ‘‘ИжМашАвто’‘ увеличилось производство: результат 2000 года – 27418 автомобилей, из них 55% – коммерческие машины, а 45% – пассажирские хэтчбеки ‘‘Иж’‘ 2126 ‘‘Ода’‘ (бывшая ‘‘Орбита’‘), в том числе и полноприводные. В начале 2001 года на конвейер поставлен универсал, и ожидается прирост объемов производства до 60000 машин. Окончательное решение о возможной сборке автомобилей ‘‘Шкода’‘ будет объявлено в июле 2001 года.

На ‘‘Москвиче’‘ собрали всего 6468 автомобилей (это около 4% от проектной мощности завода). Озвученных планов на 2001 год нет.

На АМО ‘‘ЗИЛ’‘ собрали 8 пятиместных седанов высшего класса ‘‘ЗИЛ’‘ 41041 для властных структур. Это на 3 машины меньше, чем в 1999 году.

Белорусский завод ‘‘Форд Юнион’‘ был остановлен еще весной 1999 года (там собирались ‘‘Форд Транзит’‘ и ‘‘Форд Эскорт’‘), а строительство нового автозавода ‘‘Форд’‘ в городе Всеволожске (Ленинградская область) идет по графику. Заканчиваются отделочные работы, устанавливается окрасочное и сварочное оборудование, монтируется сборочный конвейер. Общий объем инвестиций уже превысил 100 миллионов долларов. Во Всеволожске будут выпускать автомобили ‘‘Форд Фокус’‘ с кузовами седан, хэтчбек и универсал, оснащенные бензиновыми двигателями объемом от 1.6 до 2 литров. Планируемый объем производства – 25000–37000 автомобилей в год.

На ‘‘ЕлАЗе’‘ собирали седаны ‘‘Опель Вектра’‘ с двигателями объемом 1.6 и 2 литра. В 2000 году ворота завода покинули 252 машины.

Совместное предприятие с участием концерна ‘‘Фиат’‘ и ОАО ‘‘АвтоГАЗ’‘ – ‘‘НижегородМоторс’‘ не озвучивает своих планов на 2001 год. Смена руководства на Горьковском автозаводе повергла итальянцев в шок, тем более что иностранные инвестиции в СП уже превысили 30 миллионов долларов. Но если новые хозяева ‘‘АвтоГАЗа’‘ откажутся от прежних планов, то итальянцам придется достраивать завод в одиночку, а это потребует от ‘‘Фиата’‘ гораздо больших инвестиций, чем было запланировано. Ясность будет внесена в июле 2001 года в ходе совместных консультаций участников совместного предприятия.

На Калининградском ‘‘АвтоТОРе’‘ собрано 2787 автомобилей ‘‘БМВ’‘ и ‘‘КИА’‘. В лидерах – ‘‘пятерка’‘ ‘‘БМВ’‘ (1242 машины), ‘‘КИА Кларус’‘ (641) и внедорожник ‘‘КИА Спортаже’‘ (519). В середине января 2000 года цех сборки автомобилей ‘‘БМВ’‘ был сертифицирован по стандарту ‘‘ИСО’‘ серии 9000 (цех по выпуску ‘‘КИА’‘ уже имеет такой сертификат). С 2001 в Калининграде начинается сборка ‘‘тройки’‘ ‘‘БМВ’‘ (‘‘БМВ’‘ 318i и ‘‘БМВ’‘ 320i с автоматическими коробками передач), а в конце осени 2001 года будет запущен цех сварки и окраски кузовов автомобилей ‘‘КИА’‘.

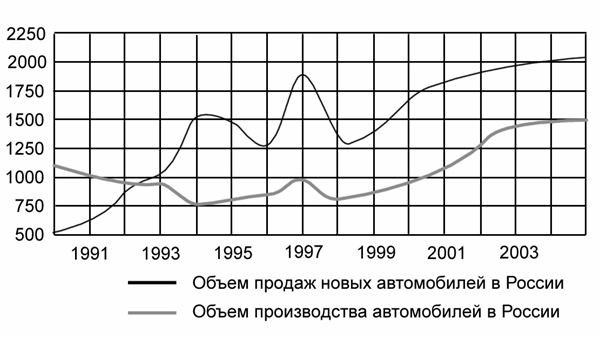
‘‘Донинвест’‘ приступил в выпуску грузопассажирского автомобиля ‘‘Ситроен Берлинго’‘ (он же ‘‘Донинвест Орион М’‘), который оснащается только 75–сильным бензиновым двигателем. Летом 2001 года ‘‘Донинвест’‘ освоит выпуск дизельных машин, а осенью – полноприводных модификаций.

В первой половине 2000 года на ‘‘Автофрамосе’‘ собрали около 1000 автомобилей ‘‘Рено’‘, после чего предприятие закрыли на модернизацию. Все работы по монтажу и отладке нового оборудования завершены, но конвейер по–прежнему простаивает: руководство ‘‘Автофрамоса’‘ приняло решение не возобновлять сборку до тех пор, пока российские власти не предоставят предусмотренные подписанным в 1998 году инвестиционным соглашением льготы по оплате таможенных пошлин и налогов.

По прогнозам, производство легковых автомобилей в России в 2001 году должно превысить показатель в один миллион штук (рисунок 3).

Рисунок 3

Производство легковых автомобилей в России с 1990 года и прогноз развития легкового автомобильного рынка до 2005 года



Источник – база данных журнала ‘‘Авто Ревю’‘: **www.autorev.ru**

Учитывая, что на крупнейших российских заводах не произошло значительного снижения производства, а многие продолжали демонстрировать рост, можно ожидать, что итоговые показатели будут не сильно отличаться от прогнозируемых. В то же время российское производство автомобилей все еще значительно отстает от потребности населения в легковых машинах. По оценкам специалистов маркетингового агентства ‘‘АСМ–Холдинг’‘, потребность в легковых автомобилях на сегодняшний день составляет около 1.7 миллиона штук в год, в течение последующих 5 лет специалисты ‘‘АСМ–Холдинга’‘ прогнозируют увеличение потребности в легковых автомобилях на 2 миллиона штук ежегодно.

Дефицит по–прежнему покрывается за счет импорта. Так, за первое полугодие 2000 года рост объемов продаж автомобилей иностранного производства только официальными дилерами составил 8% по сравнению с соответствующим периодом 1999 года. Если прибавить к этому машины, реализованные так называемыми ‘‘серыми’‘ дилерами и не поддающиеся точному учету, цифра наверняка будет более впечатляющей. К концу 2001 года рост официального импорта прогнозируется в размере 10% по сравнению с 2000 годом.

Долгое время российской легковой автомобильной промышленности были присущи следующие черты:

– массовое производство однотипных автомобилей ограниченного модельного ряда;

– контролируемое развитие с малой долей импорта и недостатком внутренней конкуренции;

– финансирование развития и реструктуризации за счет бюджетных ассигнований.

Спецификация российской легковой автомобильной продукции устарела по сравнению с зарубежными аналогами по следующим пунктам:

– большое потребление горюче–смазочных материалов;

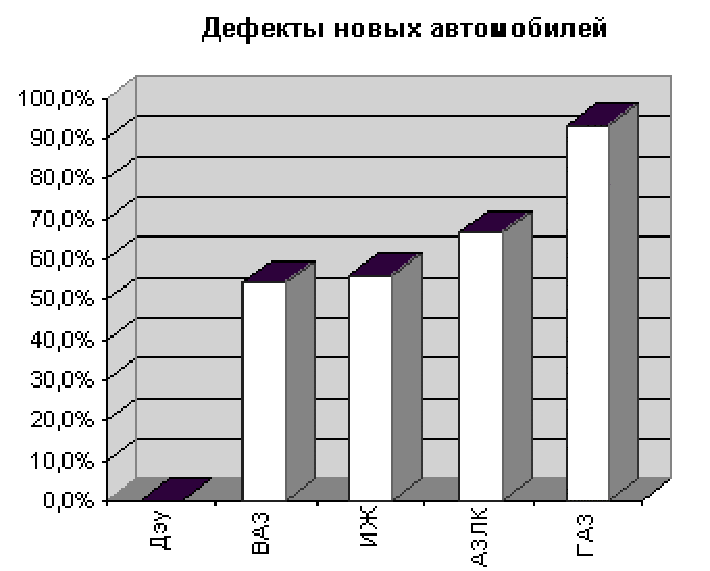
– несоответствие современным требованиям по экологии, эргономики и пассивной безопасности;

– низкий ресурс комплектующих и низкое качество сборки (рисунок 4);

– морально устаревший внешний и внутренний дизайн.

В результате чего, российская легковая автомобильная промышленность на 10–15 лет отстает от аналогичных отраслей развитых стран и этот разрыв, к сожалению, продолжает увеличиваться. И поэтому, несмотря на сильное подорожание иномарок, для многих купить подержанный автомобиль иностранного производства – лучшее вложение денег.

Рисунок 4



Источник – база данных журнала ‘‘Пятое Колесо’‘: **www.5koleso.spb.ru**

В настоящее время в средствах массовой информации и различных государственных организациях непрерывно говорится о том, что отечественное автостроение отстало по техническому уровню от мирового, что при нынешних условиях обеспечить его нормальное существование невозможно. Многие предлагают отказаться от мер по развитию отечественного автостроения и ориентироваться целиком на облегчение условий работы в России мировым автомобильным фирмам.

Действительно, техническое отставание отечественного легкового автомобилестроения имеет место в значительной степени. Сейчас из всех российских автопроизводителей на проектном уровне продолжает работать единственный завод – ‘‘АвтоВАЗ’‘. На достаточно высоком уровне за счет очень инициативной и активной позиции по освоению новых моделей, действует Горьковский автозавод. Осознавая необходимость в полноприводных машинах для условий сельского хозяйства и бездорожья, пока сохраняет выпуск Ульяновский автозавод, хотя здесь техническое отставание очевидно. Необходимость развития отечественного автомобилестроения в любой стране подтверждается мировой практикой. Все государства в начальный период автомобилизации страны организовывали массовое производство машин малого размера, которые могли бы удовлетворять потребности населения с низким уровнем доходов. А с другой стороны, развитие собственного автомобилестроения приводит к оживлению в целом всех других отраслей промышленности и народного хозяйства. Эти выводы нет смысла оспаривать. Их можно считать аксиомой.

Поскольку уровень зарплаты и материального обеспечения населения России во много раз ниже, чем в западных странах, нужно реально учитывать те цены приобретаемых в России автомобилей, которые имеются сейчас и будут в ближайшее время. Безусловно, высший класс российского общества будет ориентироваться на автомобили высшего представительского класса фирм ‘‘Мерседес’‘, ‘‘Ауди’‘, ‘‘БМВ’‘, ‘‘Лексус’‘ и других. Это автомобили, как правило, стоимостью свыше 30 тысяч долларов. Существует и более многочисленная группа обеспеченных покупателей, которые будут ориентироваться на приобретение иномарок среднего класса стоимостью 14–30 тысяч долларов.

В среде промышленных и коммерческих предприятий формируется, постоянно увеличиваясь, слой служащих, которые начинают составлять средний класс населения по своему материальному обеспечению. Очевидно, эта категория также будет ориентироваться на достаточно комфортабельные и надежные иномарки, но уже средней стоимостью 10–14 тысяч долларов. Если говорить об основной части населения, то пенсионеры просто не смогут приобретать автомобили. Рабочие и служащие, месячная зарплата которых близка к 5 тысячам рублей, смогут купить машину ценою до 5 тысяч долларов, что соответствует примерно тридцати месячным заработкам (такая практика была в нашей стране и раньше). Другой слой трудящихся, имеющих зарплату 3.5–4 тысячи рублей, сможет приобретать автомобили класса ‘‘Ока’‘ и ‘‘Жигули’‘ классической компоновки или подержанную иномарку той же ценовой категории.

Покупательская способность населения ограничивают розничные цены, и их увеличение может быть только пропорционально росту благосостояния населения, а этот процесс в нашей стране идет достаточно медленно.

## II.2 Состояние российского легкового автопарка в современное время

В последнее время Россия превратилась из экспортера автомобилей в их импортера. Только в 1996 году, по официальным данным, в Россию из–за границы было ввезено около 150 тысяч автомобилей (а ведь есть еще и неофициальные данные), причем 90% из них – подержанные. Доля иномарок в автопарке легковых автомобилей России выросла с 2% в 1992 году до 18% в 1997 году. С учетом импорта объемы продаж новых легковых автомобилей на российском рынке в 1996 году достигли примерно 840 тысяч автомобилей. Из них почти 90% – машины отечественного производства (таблица 2).

Благодаря переориентации отечественной легковой автомобильной промышленности на внутреннее потребление и открытию национального рынка к 2001 году в России количество легковых автомобилей, находящихся в частной собственности, увеличилось во много раз и перевалило планку в 19 миллионов штук.

Увеличение автопарка произошло на фоне кардинального изменения демографической ситуации в стране. С 1992 по 2001 год численность населения Российской Федерации сократилась более чем на четыре миллиона человек. В девяностые годы ежегодный прирост парка легковых автомобилей в России возрос по сравнению с приростом в восьмидесятые годы в два с половиной – три раза.

Число российских семей, имеющих автомобиль, увеличилось с 18% в 1990 году до 45% в настоящее время (1970 год – 2%, 1980 год – 10%). В 1994 году уровень автомобилизации России превысил среднемировой (83 автомобиля на тысячу жителей), в основном за счет Дальнего Востока, Калининградского анклава и Ханты–Мансийского автономного округа.

Таблица 2

Производство автомобилей в России в период с 1995 по 1997 год

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Производитель** | **1995** | **1996** | **Темп (%)** | **1997** | **Темп (%)** |
| **ВСЕГО** | 834916 | 867301 | +3,9 | 981887 | +13,2 |
| АМО ‘‘ЗИЛ’‘ | 1 | – | – | 8 | – |
| АО ‘‘АвтоГАЗ’‘ | 118673 | 124284 | +4,7 | 124339 | +0,04 |
| АО ‘‘КамАЗ’‘ (‘‘ЗМА’‘) | 8638 | 8935 | +3,4 | 17933 | +100,7 |
| АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ | 609213 | 680570 | +12,1 | 740526 | +8,8 |
| АО ‘‘СеАЗ’‘ | 1934 | 3671 | +89,8 | 8302 | +126,2 |
| АО ‘‘Москвич’‘ | 40600 | 2929 | –92,8 | 20599 | +603,3 |
| АО ‘‘АвтоУАЗ’‘ | 44880 | 33701 | –24,9 | 51411 | +52,6 |
| АО ‘‘Красный Аксай’‘ | 321 | 4062 | +1165,4 | 13225 | +225,6 |
| АО ‘‘ИжМашАвто’‘ | 12774 | 9146 | –28,4 | 5544 | –39,4 |

Источник – база данных ‘‘АСМ–Холдинг’‘: **www.asm-holding.ru**

Количество легковых автомобилей на одну тысячу жителей в России на начало 2001 года составило 110 штук (Приложение G: Карта обеспеченности населения России легковыми автомобилями), к примеру в 1970 году – шесть, в 1980 – тридцать а в 1990 – пятьдесят восемь легковых автомобилей на одну тысячу жителей. Тем не менее Россия по этому показателю значительно отстает не только от высокоразвитых стран Запада (в Германии на тысячу жителей приходится около 500 автомобилей), но от стран Восточной Европы, таких как Болгария (165 машин на 1000 жителей), Польша (176 машин на 1000 жителей), Венгрия (204 машин на 1000 жителей) и Чехия (287 машин на 1000 жителей).

На первое января 2001 года парк легковых автомобилей в России составил 19.7 миллионов штук, в том числе в Москве 2 миллиона, в Московской области – 1.1 миллион, в Санкт Петербурге – 0.8 миллиона штук. На долю иномарок в легковом автомобильном парке соответственно приходилось 4.3 миллиона, 0.5 миллиона, 0.2 миллиона., 0.3 миллиона штук соответственно. Общий объем рынка легковых автомобилей в 2000 году составил один миллион 700 тысяч машин. Мощности крупных отечественных предприятий (‘‘АвтоВАЗ’‘ – 750 тысяч автомобилей в год и ‘‘АвтоГАЗ’‘ – 125 тысяч автомобилей в год) были практически исчерпаны. Рост рынка автомобилей был обеспечен за счет продукции новых автосборочных предприятий в России и за счет импорта.

На рисунке 5 отчетливо видно какими темпами росла численность парка легковых автомобилей к 2000 году. Произошедшее в 1998 году повальное обесценивание рубля резко замедлило ввоз в Россию иномарок. Если в тот год численность зарубежных автомобилей увеличилась на 27.6%, то в 1999 их стало больше всего на 3%. Шанс, данный кризисом, использовали российские автозаводы – темп прироста наших автомобилей возрос с 3.9 до 5.1%.

Почти 2 миллиона (пятая часть из них – иномарки) зарегистрирована в Москве, далее с большим отрывом следуют Подмосковье, Краснодарский край, Санкт Петербург, Ростовская область. Больше всего иномарок в Приморском крае, где из 467673 зарегистрированных машин почти 74% – зарубежные – сказывается соседство с Японией и Кореей.

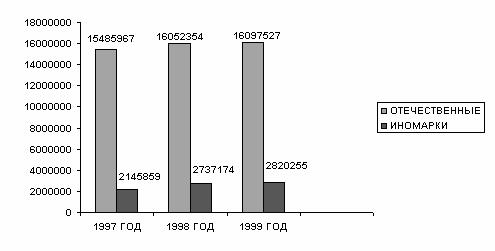
Модельные расклады тоже имеют свою региональную специфику. Процент новых машин выше в столице и в областях с высоким уровнем дохода населения. По доле иномарок, помимо Приморского края и Москвы, лидируют пограничные, например Ленинградская, области. Много машин зарегистрировано ГИБДД в непосредственной близости от автомобильных предприятий. Очевидно, это связано с более низкими ценами, постоянным наличием недорогих запчастей.

Так, в Самарской области более 71% зарегистрированных автомобилей – ‘‘ВАЗы’‘, тогда как в среднем по стране их только 49%. Менее массовые и некогда престижные ‘‘Волги’‘ зарегистрированы в Нижегородской области чаще, чем в других регионах: по стране их менее 7%, а в Нижегородской области – 16.5%.

Почти каждый второй соотечественник–автолюбитель отдал свое предпочтение продукции Волжского завода (рисунок 6). Безоговорочного лидера – ‘‘Жигули’‘ – объединяет с большинством других моделей большой возраст конструкции, которая за десятилетия производства практически не менялась. Российский легковой автомобильный парк морально стар – даже относительно современные и многочисленные переднеприводные ‘‘ВАЗы’‘ уступают в количестве старым ‘‘Москвичам’‘.

Рисунок 5

Российский парк легковых автомобилей



Источник – база данных ГИБДД

При внимательном рассмотрении данных ГИБДД вырисовывается следующая картина: ‘‘Ока’‘ так и не стала народным автомобилем – к концу 2000 года числилось 155 тысяч экземпляров. Поэтому она вошла в ‘‘Прочее’‘, вместе с совсем старыми моделями. ‘‘ВАЗ’‘ 2110 и ее модификации пришлось объединить с ‘‘Самарами’‘, иначе их столбик (158 тысяч) был бы незаметен на рисунке. Другая новая ‘‘десятка’‘ – ‘‘Волга’‘ ‘‘ГАЗ’‘ 3110 – внесла небольшой вклад (203 тысячи) в общее количество всех ‘‘ГАЗов’‘.

Тридцать лет трудился Запорожский автозавод на ниве заднемоторных машин, которых ГИБДД числит больше миллиона, а на ‘‘Таврию’‘ времени оказалось отпущено меньше, и в результате среди всех ‘‘ЗАЗов’‘ ей принадлежит около 12%.

Рисунок 6

Распределение легковых автомобилей по маркам

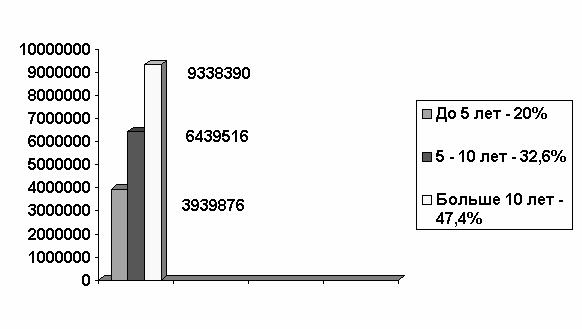


Источник – база данных ГИБДД

Численность снятых с производства автомобилей оказывает влияние на распределение всех машин по годам выпуска (рисунок 7). Почти половина всех зарегистрированных ГИБДД машин старше 10 лет. Казалось бы, чем больше данных – тем выше достоверность. Но по отношению к базе данных ГИБДД это не совсем верно. Огромное количество находящихся не на ходу автомобилей числится в милицейских компьютерах. Остовы машин засоряют дворы, врастают в землю на околицах, но если автомобили не сняты с учета – сухая статистика считает, что они по–прежнему на ходу. Реальную картину можно рассмотреть с помощью самих автовладельцев. Почти 80 тысяч респондентов ответили на вопросы анкеты ‘‘За рулем’‘ в конце 1999 года. А подавляющее большинство читателей этого журнала – активные пользователи автомобиля.

Рисунок 7

Возраст российского автопарка



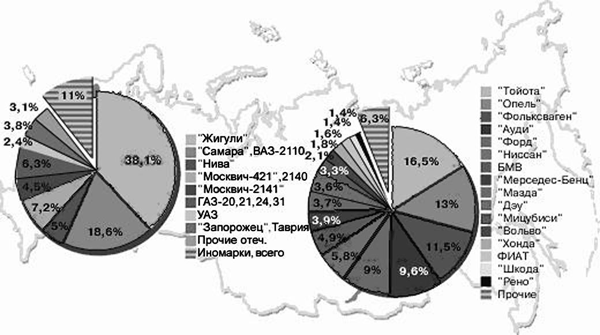
Источник – база данных ГИБДД

Убедиться в этом нетрудно, сравнив информацию собранную журналом ‘‘За Рулем’‘ с официальной от ГИБДД. На рисунке 8 распределение моделей выглядит более реально – резко сократилась доля старых автомобилей. За их счет из общего количества автомобилей выделились ‘‘Самары’‘ и модификации ‘‘десятки’‘, что достаточно точно отражает действительность. Первенство удерживают ‘‘Жигули’‘ – их просто слишком много, да и цена новых машин невысока. Сохранили позиции вечные ‘‘Волги’‘, впрочем, внутри этой категории модели перераспределились – вперед вышли относительно новые модели: ‘‘ГАЗ’‘ 3102 и 3110.

Просмотрев данные по регионам, можно обнаружить те же особенности, что и в милицейской базе, а это лишний раз подтверждает правильность статистики журнала ‘‘За рулем’‘. В Приморье две трети парка – иномарки, а Москва, естественно, впереди всех по общему количеству машин. Вклад Волжского автозавода столь велик, что остальные производители теряются в его тени. Ближайшие серьезные соперники пришли из–за рубежа, но их доля в 11% пока не дает шанс догнать лидера.

Рисунок 8

Распределение автомобилей по маркам



Источник – база данных журнала ‘‘За Рулем’‘: **www.auto.zr.ru**

По статистике ГИБДД модели зарубежного производства собраны под емким понятием иномарки. Раскрыть его поможет база данных журнала ‘‘За Рулем’‘ (рисунок 8). Там происходит основная конкуренция. Между ближайшими соперниками разрыв не превышает 3–4%. Пристрастия читателей журнала ‘‘За Рулем’‘ точно отображают общероссийский расклад. Впереди – японские и немецкие модели, считающиеся надежными, долговечными, комфортабельными и экономичными. В увеличении доли первых решающий взнос сделал Дальний Восток, в основном – ‘‘Тойотами’‘ и ‘‘Ниссанами’‘. Из немецких машин, очевидно, самым благоприятным соотношением цены и качества отличается ‘‘Опель’‘. Среди производителей впереди группа ‘‘Фольксваген’‘ – ‘‘Ауди’‘, подтверждающая народность марки суммой в 21.1%.

Интересные данные приводит аналитический центр ‘‘Ромир’‘, опросивший 500 московских автовладельцев. Результаты опроса таковы: 40% граждан планируют заменить автомобиль в течение ближайших шести месяцев; 15% намерены сделать это в течение года; 35% – в течение двух лет, а 27% – в течение трех. Причем 69% опрошенных предпочитают автомобиль импортного производства.

Большинство зарубежных машин попадают в Россию подержанными. Стоит только посмотреть на рисунок – ‘‘Дэу’‘ и ‘‘Шкоды’‘, которые обычно покупают новыми, занимают вместе лишь 5%. Среди более солидных машин доля новых ничтожно мала. Косвенно это подтверждают и данные по самым популярным моделям. Например, у ‘‘Ауди’‘ – это снятые с производства 80 и 100 серии, среди ‘‘Опелей’‘ наиболее популярны ‘‘Кадет’‘ и ‘‘Аскона’‘, из ‘‘Фордов’‘ на первом месте ветераны ‘‘Сьерра’‘ и ‘‘Эскорт’‘. Рассмотрев модельный расклад можно сделать вывод: россияне предпочитают автомобили среднего класса с полутора–двух литровыми моторами.

Теперь можно выделить самые перспективные машины российского производства: это обе ‘‘десятки’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2110 и ‘‘ГАЗ’‘ 3110. ‘‘Волга’‘, превратившись из преимущественно служебного в личный автомобиль, испытывает взлет популярности – из всех машин целых 40% выпущено в период с 1996 по 1999 год. Из ‘‘Нив’‘, занесенных в базу данных ‘‘За рулем’‘, 36.4% произведено в последние четыре года – обновленный тольяттинский внедорожник вновь вошел в моду после 24 лет выпуска. В фаворе ‘‘Ока’‘ – машин младше четырех лет почти 60%. Рядом ‘‘Самары’‘ (‘‘ВАЗ’‘ 2108, 2109, 21099, 2115) – 43.9%. Здесь же ‘‘УАЗ’‘. Почти третья часть внедорожников куплена после 1996 года.

Низка доля ‘‘Москвичей’‘ – за относительно новыми автомобилями всего 17.3%, а основная их масса – 66.3% – выпущена в период с 1986 по 1996 год. ‘‘Жигули’‘ равномерно распределились по пятилеткам: в каждой по 20%. Среди иномарок подавляющее большинство выпущено в период с 1986 по 1990 год. Отклонений немного: старше среднего возраста заметная часть ‘‘БМВ’‘ и ‘‘Мерседесов’‘ – очевидно, только после основательного удешевления из за долговременной эксплуатации эти машины пересекают черту доступности для россиян. К тому же играет роль их надежность, позволяя оставаться на хорошем ходу и 15 летним автомобилям.

Очень хотелось бы предсказать светлое будущее: завтра наш парк на 90% составят новые современные автомобили. Увы, не завтра – резкого скачка не будет. Обновить автопарк за два–три года не по силам ни нашим заводам с их относительно небольшими (по сравнению с потребностями населения) годовыми объемами производства, ни нам – покупателям с не слишком толстыми кошельками. Поэтому иномарки останутся в меньшинстве. Зато поддержим наши заводы. Революция национальному парку не грозит – остается надеяться, что эволюция не будет слишком медленной.

## II.3 Иностранный капитал и новые тенденции развития легкового автомобилестроения России

В начале 1999 года правительство в лице Минэкономики прогнозировало сценарий развития российской автопромышленности на 2000 год Основные тезисы были таковы: потенциал традиционных автозаводов исчерпан, будущее – за российскими сборочными предприятиями иностранных концернов, которые начнут форсировать свои проекты после президентских выборов. Прогнозы эти так и не сбылись. Главным событием государственной инвестиционной политики в автомобильной промышленности стало подписание в начале 1998 года постановления Правительства РФ ‘‘О дополнительных мерах по привлечению инвестиций для развития отечественной автомобильной промышленности’‘. В постановлении закрепляется нижний порог суммарного объема инвестиций в течение первых пяти лет реализации совместных автопроектов, который составляет 250 миллионов долларов. Кроме того определена минимальная доля вклада российских производителей в себестоимость выпускаемых по совместным проектам автомобилей – 50%. При выполнении данных нормативов иностранным инвесторам обещан ряд льгот в процедуре взимания таможенных пошлин. По мнению разработчиков данного постановления, новшество должно увеличить количество занятых в автомобильной промышленности работников, а также увеличить налоговые поступления от данной отрасли промышленности.

Сложно оценивать влияние этого постановления на суммарное производство автомобилей в России в настоящий момент, так как доля производства совместных предприятий в автомобилестроении сегодня не превышает 2%. Тем не менее некоторые косвенные последствия данного постановления проявились уже сейчас. Например, отложено начало строительства завода по производству автомобилей ‘‘Форд’‘ в Санкт Петербурге. Это связано с тем, что первоначально зарубежные инвесторы планировали в течение 5 лет вложить в производство не более 150 миллионов долларов. Кроме того 50 процентная доля российского производства в себестоимости продукции также нарушила расчеты американцев. В результате разработка бизнес–плана по данному проекту несколько затянулась. Неудача проекта ‘‘Форд Плант’‘, просуществовавшего лишь несколько месяцев, показала, что и кредитные программы продажи автомобилей в России приживаются крайне сложно. А о том, что такое прямое кредитование российских автозаводов, инвесторы узнали на примере Европейского Банка Реконструкции и Развития. В апреле 2000 года банк с большим трудом согласился на реструктуризацию долга ‘‘КамАЗа’‘, а сейчас пытается вернуть долг Горьковского автозавода.

Пересмотр бизнес–планов состоялся и по другим разрабатываемым совместным проектам (‘‘ИжМашАвто’‘ – ‘‘Шкода’‘, ‘‘АвтоГАЗ’‘ – ‘‘Фиат’‘, ‘‘АвтоВАЗ’‘ – ‘‘Опель’‘, ‘‘Дэу’‘ – ‘‘Таганрогский комбайновый завод’‘ и другими). Понимая важность отрасли для отечественной промышленности, Министерство экономики Российской Федерации разработало ‘‘Основные направления развития автомобильной промышленности России на период до 2005 года’‘, которые были одобрены постановлением правительства Российской Федерации от 15 марта 1999 года за №286, а также проект федеральной целевой программы ‘‘Развитие автомобильной промышленности России на период до 2005 года’‘. Согласно этому документу, в 2005 году импорт автомобилей в Россию составит 600 – 700 тысяч, собственное производство вырастет до 2 миллионов легковых автомобилей.

Но от увеличения продаж новых импортных иномарок российский рынок надежно, как Уральским хребтом, защищен низкой покупательной способностью населения России. Иностранные автоконцерны вот уже три года готовят планы автосборочных производств в России. За это время ‘‘Киа’‘, ‘‘Хенде’‘, ‘‘БМВ’‘, ‘‘Дэу’‘, ‘‘Фольксваген’‘, ‘‘Дженерал Моторс’‘, ‘‘Фиат’‘, ‘‘Рено’‘ и ‘‘Форд’‘ озвучили свои планы по производству (в сумме) около 200000 машин в год начиная с 2005 года. Но по оценкам экспертов этих же компаний, сейчас российский рынок автомобилей стоимостью свыше 10000 долларов не превышает 50000 машин в год. Чтобы уравнять две эти цифры, надо ждать, пока российский покупатель разбогатеет, либо снижать себестоимость за счет компонентов российского производства.

Инвесторы занялись поиском качественных российских компонентов и выяснили, что таковых почти нет. Например, ‘‘Фиат’‘ из 127 производителей не нашел ни одного, a ‘‘Рено’‘ из 91 отобрал 16 (с дипломатичной оговоркой способны соответствовать нашим критериям). Не менее серьезной преградой для иностранцев оказалась структура собственности производителей автокомпонентов. Оказалось, что смежники либо глубоко интегрированы в вертикальные структуры (как, например, на Волжском автозаводе), либо на 70–80% завязаны на одного покупателя. То есть иностранцам приходится уповать на стабильность российских автозаводов, чтобы с ними же успешно конкурировать.

Наиболее сильно укрепились на российском рынке корейские производители, благодаря невысоким ценам на автомобили. Корпорация ‘‘Киа’‘ открыла автосборочное предприятие в свободной экономической зоне ‘‘Янтарь’‘ (город Калининград). Правда кризис на головном предприятии в Корее не обошел стороной и филиал в России – совместное предприятие сейчас стоит с пустыми цехами – нет поставок комплектующих.

Корпорация ‘‘Дэу’‘ заключила договора с заводами ‘‘Красный Аксай’‘ (город Аксай – выпуск ‘‘Дэу Эсперо’‘, ‘‘Дэу Нексия’‘, ‘‘Дэу Тико’‘ и ‘‘Дэу Дамас’‘) и ‘‘Донинвест’‘ (город Ростов–на–Дону – выпуск ‘‘Донинвест Кондор’‘ и ‘‘Донинвест Ассоль’‘) на отверточное производство своих автомобилей. Но продвижению ‘‘русских Дэу’‘ в России мешает предприятие ‘‘Дэу’‘ в Узбекистане – у них автомобили, даже после таможенной пошлины получаются дешевле, хотя качество сборки у ‘‘УзДэу’‘ гораздо хуже.

Концерн ‘‘Хенде’‘ нашла партнера в городе Балаково Саратовской области. Совместное предприятие выпускает модели ‘‘Хенде Соната II’‘, ‘‘Хенде Соната III’‘ и ‘‘Хенде Лантра’‘.

Концерн ‘‘Дженерал Моторс’‘ продолжает переговоры о совместных предприятиях с Волжским автозаводом (город Тольятти) и ‘‘ЕлАЗом’‘ (город Елабуга). Но если первое еще находится на стадии разработки, то второе уже работает, выпуская ‘‘Шевроле Блейзер’‘ и ‘‘Опель Вектра’‘.

Концерн ‘‘БМВ’‘ открыл автосборочное предприятие в городе Калининграде. Общие объемы инвестиций в предприятие – 125 миллионов немецких марок. Выпускаются модели ‘‘БМВ’‘ пятой серии и ‘‘Ланд Ровер Дефендер’‘

Концерн ‘‘Фиат’‘ и АО ‘‘АвтоГАЗ’‘ организовали совместное предприятие ‘‘НижегородМоторс’‘ (город Нижний Новгород). На совместном предприятии планировалось собирать до 150000 автомобилей ‘‘Фиат’‘ моделей ‘‘Мареа’‘, ‘‘Сена’‘ и ‘‘Палио Викэнд’‘, но реально производство ограничивается штуками.

Концерн ‘‘Форд’‘ начнет серийное производство автомобилей ‘‘Форд Фокус’‘ в России только в конце 2001 года. Монтаж оборудования на площадях предприятия ‘‘Русский дизель’‘ (город Всеволожск, Ленинградская область) планируется завершить в июле 2001 года, а в сентябре выпустить первые 10 автомобилей ‘‘Форд Фокус’‘. На первоначальном этапе планируется производить до 5 тысяч автомобилей в год, а в дальнейшем увеличить объем ежегодного производства до 23–30 тысяч автомобилей. По итогам 2000 года ‘‘Форд’‘ намерен сохранить продажи автомобилей в России в 2001 году на уровне 1999 года и реализовать 1775 автомобилей (против 5072 автомобилей в 1998 году).

Концерн ‘‘Рено’‘ открыл совместно с АО ‘‘Москвич’‘ автосборочное предприятие ‘‘Автофрамос’‘ (город Москва), которое заканчивает в новом здании завода ремонтные работы, а также монтаж сборочного конвейера и оборудования для регулировки и контроля автомобилей. В августе 2000 года сборка автомобилей на совместном предприятии была приостановлена в связи с переводом сборочного цеха в новое здание (бывший корпус АО ‘‘Москвич’‘ по сборке двигателей). К настоящему времени точная дата возобновления сборки автомобилей еще не определена. В новом цехе совместное предприятие будет собирать автомобили ‘‘Рено Клио Симбол’‘ и ‘‘Рено Меган’‘. АО ‘‘Автофрамос’‘ в первом полугодии 2000 года произвело 800 автомобилей. В 1999 году ‘‘Рено’‘ реализовало в России 1146 автомобилей, в том числе 535 автомобилей, собранных на АО ‘‘Автофрамос’‘.

Концерн ‘‘Фольксваген’‘ пытается наладить отношения с ‘‘ИжМашАвто’‘ (город Ижевск). Но дальше переговоров дела так и не продвигаются – у ‘‘Фольксвагена’‘ слишком жесткие требования к ‘‘ИжМашАвто’‘. В частности концерн запрещает заводу производить свои модели и пикапы на их модификациях. По требованиям ‘‘Фольксвагена’‘ ‘‘ИжМашАвто’‘ должен производить только автомобили ‘‘Шкода Фелиция’‘ и ‘‘Шкода Октавия’‘, на что руководство завода никогда не согласится.

Таким образом, практически никто, кроме корейских автопроизводителей, серьезно не закрепился в России, да и они находятся в нестабильном состоянии из за экономического кризиса в Корее. Производство носит штучный характер, а выход на проектные мощности напрямую зависит от повышения благосостояния населения России, что произойдет очень нескоро. Иностранные автопроизводители ищут возможность удешевить свои автомобили, сделать их более доступными российскому покупателю. Они постоянно проводят переговоры с различными предприятиями в России, которые обладают хорошо квалифицированной рабочей силой и подходящей производственной базой. Процесс этот достаточно динамичный и точно отследить его невозможно, так как за год проводятся десятки переговоров и рассматриваются сотни вариантов для сотрудничества.

# III АО ‘‘АвтоВАЗ’‘



‘‘АвтоВАЗ’‘ на сегодняшний день – крупнейший производитель легковых автомобилей в России. Он является верхушкой большой производственной пирамиды, состоящей из множества поставщиков, дилеров, дистрибьюторов, филиалов и дочерних предприятий как в России, так и за рубежом.

Волжский автозавод сумел пережить кризисы 1994 и 1998 годов, увеличить выпуск своей продукции, поднять качество выпускаемых автомобилей, а также разработать принципиально новые модели, имеющие успех не только на российском рынке, но и дающие реальные шансы выйти на мировой рынок.

## III.1 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ в современный период

Трудности для акционерного общества ‘‘АвтоВАЗ’‘ начались задолго до 17 августа 1998 года – еще в первой половине 1994 года. Сложившаяся на тот момент экономическая ситуация, в которой ввоз автомобилей в страну оказался выгодней вывоза, привела к затовариванию отечественного рынка подержанными иномарками. В 1996 году было ввезено 457 тысяч импортных автомобилей, а в 1997 году – уже 620 тысяч, из них только 20% новых. Цены на них были относительно низкими, что, естественно, затрудняло ‘‘АвтоВАЗу’‘ сбыт своей продукции. Но если в 1997 году Волжский автозавод сумел продать свою продукцию, а это более 740 тысяч автомобилей, то в первом полугодии 1998 года начал испытывать серьезные сложности со сбытом. За январь–апрель 1998 года ‘‘АвтоВАЗ’‘ отгрузил торгующим организациям 244795 автомобилей, что на 5 тысяч машин выше соответствующего прошлогоднего показателя. На тольяттинских улицах стали не редкость ‘‘универсалы’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2111, собираемые на главном конвейере с участием опытно–промышленного производства. Но перебои финансовых потоков из–за зимнего спада в реализации автомобилей сказались на темпах освоения производства, обеспечении комплектной сборки прежде всего автомобилей нового семейства ‘‘ВАЗ’‘ 2110.

В первые майские дни существенного пополнения оборотных средств не произошло. На грани возможного трудились заводские цеха, но ‘‘калашные ряды’‘ автомобилей у заводских корпусов по прежнему росли. На полигоне для обкатки новых автомобилей Волжского автозавода скопилось более 17 тысяч как недоукомплектованных, так и полностью собранных автомобилей по причине отсутствия спроса на них. Волжский автозавод был вынужден перейти на 35 часовую рабочую неделю в одну смену. Так работа продолжалась два летних месяца – обычно самых популярных с точки зрения продаж. ‘‘АвтоВАЗу’‘ удалось выровнять ситуацию, и с 17 августа предприятие приступило к работе по нормальной схеме, в две смены.

После известных августовских событий, когда обвал рубля и рост курса доллара поставил в невыгодное положение покупку иномарки. Возник ажиотажный спрос на вазовские автомобили, но при этом замерла банковская система. Волжский автозавод предпринял все усилия, чтобы избежать больших финансовых потерь. И, в общем–то, это ему удалось сделать. Но деньги в этой ситуации не могли дойти до поставщиков Волжского автозавода. Поэтому завод был вынужден отказаться от рублевых расчетов и обратиться к бартеру. И все–таки некоторые поставщики комплектующих оказались не в состоянии на прежнем уровне обеспечивать Волжский автозавод, что не позволило предприятию произвести запланированное количество автомобилей: в сентябре было выпущено на 8700 машин меньше, чем планировалось, в октябре – на 4500. Пришлось заново восстанавливать всю систему поставщиков, и уже в ноябре ‘‘АвтоВАЗ’‘ практически справился с производственной программой. Но сказалось вымывание оборотных средств у поставщиков. Поэтому Волжский автозавод не справился даже с уменьшенным годовым планом и выпустили вместо 611 тысяч автомобилей 594 тысячи.

Цены на автомобили Волжский автозавод держал стабильными с августа 1995 года до сентября 1998 года. С 10 сентября цены поднялись на 30%, а с 20 января – еще на 10%. Но даже это повышение не позволило в полной мере компенсировать рост цен на потребляемые ресурсы. Цены на импортные материалы, а их необходимо для изготовления одного автомобиля на сумму в приблизительно в 400 долларов, с августа выросли прямо пропорционально курсу доллара. Приблизительно на столько же подорожали у поставщиков алюминий, цинк, медные сплавы – они продают их исходя из цен, складывающихся на Лондонской бирже. Кроме того, ориентируясь на изменение индекса потребительских цен, с начала года Волжский автозавод на 52% увеличил заработную плату на предприятии, что тоже отразилось на себестоимости продукции.

В 1999 году ‘‘АвтоВАЗ’‘ перешел на 40 часовую рабочую неделю при двухсменном режиме, что позволило производить 657400 автомобилей. Это, конечно, меньше, чем раньше, когда Волжский автозавод достигал уровня в 740 тысяч. На 90% подготовлены мощности для выпуска автомобилей семейства ‘‘десятки’‘, как наиболее рентабельных моделей. В 1999 году Волжский автозавод удвоил производство этих моделей, по сравнению с 1998 годом. Особая ставка делается на новую ‘‘Ниву’‘ – ‘‘ВАЗ’‘ 2123. И это не случайно. По комплектации новая ‘‘Нива’‘ превосходит ‘‘десятку’‘ на 40%. Электронная система управления двигателем с распределенным впрыском топлива, электромеханический усилитель руля, сиденья с подогревом, электростеклоподъемники, электроуправляемые зеркала – далеко не полный перечень.

За шесть месяцев 1999 года Волжский автозавод отгрузил покупателям 328479 автомобилей, что на 22632 автомобиля превышает первоначально запланированный уровень. Производственные цеха работают с проектной часовой производительностью, обеспечивая выпуск трех автомобилей в минуту. Волжский автозавод в конце марта перешел с семичасовых на восьмичасовые смены, при двухсменной пятидневной рабочей неделе. Учитывая спрос на вазовские автомобили, были организованы работы в некоторые субботние дни. Таким образом созданы предпосылки для уплаты текущих налогов во все уровни бюджетов и внебюджетные фонды. За шесть месяцев 1999 года выплачено более 4.3 миллиарда рублей. Среднемесячные платежи составляют более 700 миллионов рублей. С учетом выплаты всех обязательных платежей, в том числе таможне, налога на добавленную стоимость в региональные бюджеты, сумма всех налоговых перечислений за полугодие составила более 6.6 миллиарда рублей.

Среднемесячные платежи по основному долгу с учетом начисляемых процентов составляют порядка 60 миллионов рублей. Выплачиваются и долги пенсионному фонду, платежи которому ежемесячно составляют более 20 миллионов рублей. Всего в 1999 году пенсионному фонду было выплачено около 150 миллионов рублей. Вступил в действие договор о реструктуризации на 10 лет задолженности Волжского автозавода в федеральный бюджет. Погашению задолженности способствует и увеличение в объеме производства удельного веса новых моделей. За полгода продано 47624 автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2110, 2407 автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2115 ‘‘Самара–2’‘. В 1999 году на заводе приступили к товарному выпуску хэтчбека ‘‘ВАЗ’‘ 2112, последней модели из семейства ‘‘десятки’‘. Эта модель обладает улучшенными динамическими характеристиками и внешне более спортивна. Июль 1999 года был отмечен выпуском 150 тысячного с начала производства автомобиля этого семейства. Им оказался ‘‘универсал’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2111.

2000 год Волжский автозавод начал очень плодотворно. Между АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ и Херсонским автосборочным заводом подписан контракт на поставки в Херсон, на автосборочный завод комплектующих изделий для сборки автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2106. Подписана договоренность между Волжским автозаводом и ‘‘ИжМашАвто’‘ о поставках в Ижевск комплектующих деталей для сборки ‘‘Жигулей’‘ ‘‘шестой’‘ модели. Еще в 1999 году на совместном с Волжским автозаводом и ‘‘ИжМашАвто’‘ предприятии выпущено около 20 тысяч ‘‘шестерок’‘. В 2002 году программу сборки ‘‘ВАЗ’‘ 2106 на всех совместных предприятиях планируется довести до 60 тысяч штук. В том числе и за счет сборочных комплектов, которые сейчас отгружаются в Сызрань на ‘‘РосЛаду’‘ (восьмого февраля 1999 года здесь отметили производство пятитысячной машины. А первая машина на ‘‘РосЛаде’‘ из вазовских комплектующих была в июне 1998 года). Это предприятие в 2001 году продолжит выпуск ‘‘девяносто третьей’‘, передав ‘‘ВАЗ’‘ 2106 в столицу Удмуртии.

Предусмотрена также передача на ‘‘ИжМашАвто’‘ части сварочного оборудования ‘‘шестого’‘ кузова. Освоение на совместном предприятии выпуска вазовской модели пока не скажется на выполнении планов года по изготовлению собственного легкового автомобиля ‘‘ИЖ’‘ 2126 ‘‘Ода’‘, для которого Волжский автозавод поставляет силовой агрегат и ряд других комплектующих. Отгрузка в Ижевск комплектов ‘‘ВАЗ’‘ 2106 началась в июле 2000 года.

Всего в 2000 году на всех конвейерах Волжского автозавода собрано 708373 автомобиля из них на экспорт ушло 99 тысяч. По сравнению с 1999 годом увеличение составляет 5.18%. Председатель совета директоров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ В. Каданников назвал прошедший год ‘‘лучшим для автозавода за последние шесть лет’‘.

Последние два года объемы выпуска на Волжском автозаводе постоянно растут. В прошлом году планировалось собрать 675 тысяч автомобилей, а выпустили 708373 машины. В 2001 году тольяттинские автомобилестроители намерены выпустить уже 752500 машин. Самый большой рост – около 23% – намечен в производстве автомобилей ‘‘десятого’‘ семейства. Их будет собрано около 220 тысяч штук. Кроме того, в этом году все ‘‘десятые’‘, ‘‘одиннадцатые’‘ и ‘‘двенадцатые’‘ модели будут оснащать исключительно впрысковыми двигателями с электронной системой управления. Более того, около 90 тысяч машин ‘‘десятого’‘ семейства укомплектуют новыми 16 клапанными моторами. Всего же будет выпущено 395 тысяч автомобилей с инжекторными двигателями, то есть больше половины от общего объема выпуска Волжского автозавода.

На Волжском автозаводе не стали дожидаться создания совместного предприятия с ‘‘Дженерал Моторс’‘ и решили производить новые внедорожники самостоятельно. Их выпускали и раньше, но только для заводских испытаний. Теперь же, когда ‘‘ВАЗ’‘ 2123 получил сертификат соответствия, опытно–промышленное производство завода наконец начнет выпуск ‘‘товарных’‘ ‘‘Нив’‘. В течение 2001 года около 2 тысяч таких машин поступит на площадки дилеров.

В феврале 2001 года в АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ выпущено 60486 автомобилей, что позволило выполнить план по производству продукции с некоторым превышением. Всего же с начала года волжские автостроители произвели 120342 автомобиля. Двухмесячная программа по производству продукции полностью реализована. План экспорта за этот же период выполнен на 101.5%.

С конца марта 2001 года завершен выпуск автомобиля ‘‘ВАЗ’‘ 2106 на третьей линии главного конвейера Волжского автозавода. С каждым месяцем 2001 года программа сборки ‘‘шестерки’‘ на третьей линии сокращалась: 1097 автомобилей в январе, 704 – в феврале, 281 – в марте. Начиная с апреля по третьей линии пойдут только автомобили ‘‘десятого’‘ семейства, что означает достижение этой моделью проектной мощности – 220 тысяч автомобилей в год. Тем не менее, ‘‘ВАЗ’‘ 2106 останется на заводе. С третьей линии он перемещается на вторую, где собираются его модификации ‘‘ВАЗ’‘ 21065 и ‘‘ВАЗ’‘ 21061. Общее количество выпущенных за год автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2106 и модификаций по плану составит 46 тысячи штук. Автомобиль ‘‘ВАЗ’‘ 2106 выпускается с 1976 года, с начала выпуска изготовлено и продано 4140339 штук.

Сегодня стратегическим направлением деятельности Волжского автозавода является снижение объемов отходов и их переработка, а не захоронение. Так, в 2000 году более 58% отработанных материальных ресурсов обрело ‘‘вторую жизнь’‘ на перерабатывающих предприятиях. Из вазовских отходов делают черепицу, строительные материалы и вещества, которые заменяют природные ресурсы. Автозавод же от превращения своих отходов в товар получает реальную выгоду.

Так, в 2000 году отработанные материальные ресурсы с Волжского автозавода отправлены на завод коттеджей, на Жигулевский комбинат строительных материалов, где они используются в производстве цемента. Наибольшую же экологическую и экономическую эффективность дает ‘‘АвтоВАЗу’‘ переработка отслуживших материальных ресурсов металлургического производства и отходы очистных сооружений промышленных стоков. Полученный продукт – песчано–шламовая смесь имеет одобрение Госстандарта и находит применение на полигонах по захоронению отходов в качестве перестилающего вещества вместо природных материалов. Также автозаводом освоены технологии, которые позволяют не только отказаться от захоронения отработанных материалов, но и вернуть их в технологический процесс. На Волжском автозаводе действуют комплексы по регенерации масел, брака стержней и стрежневой смеси в металлургическом производстве.

## III.2 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ за рубежом

Небольшое государство Латинской Америки Эквадор, расположенное на самом экваторе и являющееся крупнейшим поставщиком в нашу страну бананов и роз, вскоре может стать первым за океаном производителем автомобилей Волжского автозавода – ‘‘Нивы’‘ и нестареющей ‘‘шестерки’‘. Проект по созданию в эквадорской столице Кито производства по сборке популярных российских легковых автомобилей активно поддерживается правительством страны с древнейшей индейской культурой. О чем свидетельствует подпись на договоре о сотрудничестве компании ‘‘Аймеса’‘ с Волжским автозаводом, заключенном в Москве 10 августа 1999 года, посла Эквадора в России Химены Мартины де Перес. С российской стороны документ пописали председатель совета директоров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ Владимир Каданников и председатель госкомитета по сотрудничеству со странами Латинской Америки Иван Силаев.

Выпуск ‘‘Нивы’‘ и ‘‘ВАЗ’‘ 2106 из сборочных автокомплектов, поставляемых из Тольятти, планируется организовать на сборочном заводе эквадорской компании ‘‘Аймеса’‘, где уже изготавливаются отдельные модели ‘‘Ниссан’‘ и ‘‘Опель’‘ общим объемом до 70 тысяч штук в год. Инвестиции в проект полностью берет на себя ‘‘Аймеса’‘. В 2000 году здесь намечено собрать в общей сложности 3000 вазовских автомобилей, в 2000 году – 4000, в 2002 году – 7000. Наиболее близки к финалу договоренности по выпуску ‘‘Нивы’‘, хотя не меньший интерес в Эквадоре, половина территории которого занята горами, проявляют и к ‘‘шестерке’‘, убедившись на примере вазовских моделей 2101 и 2102, которые и сейчас эксплуатируются в Эквадоре в качестве такси, в хороших эксплуатационных качествах и неприхотливости заднеприводных, ‘‘классических’‘ моделей Волжского автозавода.

Рентабельность проекта крупнейших легковых автомобильных компаний двух стран, несмотря на дороговизну доставки комплектов через океан, обещает быть высокой. Готовые автомобили, экспортируемые в Эквадор, облагаются налогом порядка 70% от стоимости каждой машины, куда входит контрактная цена плюс расходы на перевозку. Сборочные же комплекты облагаются налогом всего в 6.5%. Волжский автозавод получит и дополнительные льготы, если поможет в ближайшие 5 лет развернуть на предприятиях стран Андского пакта (Колумбия, Венесуэла и других) до 40% комплектующих для российских легковых автомобилей эквадорской сборки.

Первые 35 кузовов в сборе к автомобилю ‘‘ВАЗ’‘ 21093 отправлены 25 февраля 1999 года с Волжского автозавода на Украину, в город Луцк. Здесь, на местном автозаводе, в марте планируется начать поузловую сборку вазовских ‘‘девяток’‘. Сначала на подъемниках и на первых порах выпуск должен составить 4 машины в день, а в дальнейшем возрасти до 20. После удлинения свободной ‘‘нитки’‘ конвейера и передачи с Волжского автозавода подвесок, на которых перемещаются кузова, производство ‘‘девятой’‘ модели будет поставлено на поток. Транспортировка кузовов из Тольятти к месту сборки осуществляется на специальных кузововозах, спроектированных и изготовленных на АО ‘‘АвтоВАЗтранс’‘, дочерней фирме Волжского автозавода. На смену кузовам в сборе к концу года должны прийти голые окрашенные кузова. Окрасочные и сварочные линии, которыми располагает ‘‘ЛуАЗ’‘, не вполне удовлетворяют требованиям производства ‘‘девяток’‘, но вопрос их модернизации или закупки нового оборудования будет решать фирма ‘‘Укрпроминвест’‘, финансирующая данный проект.

В 2000 году Волжский автозавод успешно выполнил план экспорта. За 12 месяцев в ближнее и дальнее зарубежье отгружено почти 99 тысяч автомобилей, что значительно превышает показатель 1999 года, когда экспортные поставки составили около 51.5 тысяч машин. Кроме традиционных рынков сбыта, в 2000 году освоены новые – Сирия и Алжир. После непродолжительного перерыва, вызванного сменой фирмы–дилера, Волжский автозавод возобновил прямые поставки в Египет.

Автомобильный рынок страны пирамид давно и прочно освоен ‘‘Жигулями’‘ и ‘‘Ладами’‘. Своего пика поставки в Египет достигли в 1995 году, когда сюда было отправлено 15000 волжских автомобилей. Свою роль сыграла существенная доля среди отгруженных машин автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 21051. Их двигатель объемом всего 1200 кубических сантиметров подводил эту модификацию ‘‘пятерки’‘ под льготное налогообложение, что положительно отражалось на ее цене и спросе. Те времена позади, и в первой партии из 180 автомобилей, отгруженной в марте 2000 года, больше половины составляют престижные модели ‘‘21103’‘ и ‘‘2107’‘. Всего на 2000 год новым партнером Волжского автозавода было заказано 1600 автомобилей ‘‘Лада’‘.

Первые автомобили, подготовленные по нормам ‘‘Евро–3’‘, отгружены с Волжского автозавода в начале января 2000 года на экспорт. Их получателями стали дилеры Финляндии, Германии и Франции. Первые крупные продажи вазовских ‘‘десяток’‘ за рубежом оправдали ожидания покупателей и дилеров. Растущий спрос привел к увеличению количества заявок: на март 2001 года портфель заказов составил 10 тысяч автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 21102. Еще больший спрос ожидал ‘‘ВАЗ’‘ 21103 (модификация с 16 клапанным двигателем и электронной системой управления двигателем).

Первые товарные автомобили ‘‘ВАЗ’‘ 21043 и ‘‘ВАЗ’‘ 2107 собраны на конвейере Луцкого автомобильного завода в 2000 году из машинокомплектов, поставленных из Тольятти. Таким образом, ‘‘ЛуАЗ’‘ выпускает уже три вазовских модели, включая освоенную в 1999 году ‘‘девятку’‘. Также на Волжском автозаводе идет подготовка к отправке на Украину сборочных комплектов автомобиля ‘‘Нива’‘, как это и предусмотрено контрактом. Определена номенклатура деталей, которые войдут в состав машинокомплекта, стоимость каждой позиции и всего комплекта в целом. Всего 2001 году здесь намечено собрать свыше 6 тысяч автомобилей ‘‘ВАЗ’‘. Ведутся переговоры о сотрудничестве между Волжским автозаводом и украинско–корейским совместным предприятием ‘‘АвтоЗАЗ–Дэу’‘. Среди обсуждаемых проектов – сборка вазовских моделей в Запорожье, а также возможные поставки в Россию нового мелитопольского двигателя объемом 1.3 литра, который был разработан для установки на ‘‘Дэу Ланос’‘.

Около десяти тольяттинских дилерских фирм приняли участие в тендере на поставку в Югославию автомобилей ‘‘Нива’‘ – ‘‘ВАЗ’‘ 2131. Он был организован зарубежной фирмой ‘‘Маник ЛТД’‘. Победителем конкурса стала известная не только в Тольятти фирма ‘‘Моторика’‘. Она не замыкается в рамках автомобильной торговли и сервиса, занимаясь также инвестиционной деятельностью, поставками в опытно–промышленное производство Волжского автозавода комплектующих для новых и еще осваиваемых моделей (часто это небольшие партии деталей и добиться их изготовления на предприятиях–поставщиках бывает непросто), организацией производства автомобильных компонентов для серийных автомобилей.

В марте 2000 года, проведя тщательную предпродажную подготовку, ‘‘Моторика’‘ отправила в Белград первый транш – 20 полноприводных пятидверных внедорожников. В мае по тому же адресу были отгружены остальные 30 автомобилей. До этого ‘‘Моторика’‘ поставила партию ‘‘тридцать первых’‘ в Словакию, взяв на себя расходы по омологации этой модели, и 20 машин – в Польшу. Во многом благодаря тольяттинской фирме Восточная Европа впервые близко познакомилась с длиннобазовой версией автомобиля ‘‘Нива’‘, с 1995 года основной товарной продукцией опытно–промышленного производства Волжского автозавода – фирмы ‘‘Бронто’‘.

11 марта 2001 года в столице Швейцарии Женеве завершил свою работу 71 международный автомобильный салон ‘‘Салон Интернациональ Ауто’‘. В нем приняло участие более 300 фирм из 60 стран мира, которые представили около 900 ‘‘брендов’‘ автомобилей. На салоне побывало более 718 тысяч посетителей, его работу освещали 4700 журналистов из разных стран мира. Впервые за последние три года на автофоруме в Женеве представлена и продукция АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ – семейство ‘‘ВАЗ’‘ 2110, ‘‘Нива’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2123 и концепт–кар ‘‘Родстер’‘, который представляет возможности дизайнеров Волжского автозавода.

Эта модель – тоже своеобразный товар. Товар научно–технического центра Волжского автозавода, товар его инженерных служб. Уже самые первые итоги работы экспозиции ‘‘АвтоВАЗа’‘ на автосалоне в Женеве свидетельствуют о том, что этот зарубежный автофорум стал заметным явлением в жизни АО ‘‘АвтоВАЗ’‘. Базовые модели ‘‘десятого’‘ семейства – седан ‘‘ВАЗ’‘ 2110, универсал ‘‘ВАЗ’‘ 2111 и хэтчбек ‘‘ВАЗ’‘ 2112 – неизменно обращали на себя внимание европейских автомобилистов, выбирающих практичные модели – недорогие, компактные и надежные. А зарубежные поклонники ‘‘Нивы’‘ рады были увидеть ее с новым, как и у ‘‘десяток’‘ отвечающим требованиям ‘‘Евро–3’‘ впрысковым двигателем. Непосредственно покупательский интерес к вазовским моделям еще раз подчеркивает их конкурентоспособность на мировом уровне.

## III.3 Дилерская сеть АО ‘‘АвтоВАЗ’‘

Реформирование системы маркетинга и сбыта автомобилей является одним из главных элементов процесса переориентации всей деятельности АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ на максимальное удовлетворение рыночного спроса и адаптации механизмов управления в соответствии с принципами работы всей компании, принятыми концепцией реформирования. Ключевая цель реформирования системы управления маркетингом и сбытом – повышение прибыльности и финансовой устойчивости акционерного общества за счет обеспечения стабильного сбыта автомобилей и переориентации системы на предоставление полного комплекса услуг конечным потребителям (продажа, гарантийное, техническое обслуживание и так далее) в течение всего жизненного цикла автомобиля.

Переход к рыночным отношениям потребовал серьезных изменений всех видов деятельности акционерного общества. Пришлось уйти от принципов распределения, существовавших при плановой экономике, и это, естественно, повлекло за собой разработку и создание новых способов организации торговли и технического обслуживания, приведение в соответствие с ними всей системы управления. Волжский автозавод меняет свою работу в соответствии с требованиями времени.

Принципиальные изменения в системе сбыта автомобилей в структуре Волжского автозавода возникли с организованием дирекции, в задачи которой входит организация работы дилерской сети и управление ею. Прежде таких функций на Волжском автозаводе не предусматривалось никому, было лишь управление дочерними предприятиями – фирменной сетью технического обслуживания. Но сейчас наряду с этой фирменной сетью на рынке работает и так называемая альтернативная сеть – независимые дилеры АО ‘‘АвтоВАЗ’‘. И предприятия, в которых присутствует какая–либо доля собственности Волжского автозавода, и независимые должны работать по одним и тем же принципам. Условия их деятельности разнятся лишь в том, что независимые дилеры прибыль распределяют по своему усмотрению, а дочерние предприятия – в соответствии с требованиями завода–изготовителя.

Чтобы правильно организовать всю работу по сбыту автомобилей, надо понять идеологию рынка. А она достаточно проста – Волжский автозавод не только должен продавать автомобили и осуществлять их техническое обслуживание. Это только часть задачи. Другая наиболее важная ее часть – это создание дилером такого уровня сервиса, чтобы владелец машины как бы ‘‘вросся’‘ в нее. И принимая в очередной раз решение о покупке автомобиля, потребитель понимал, что если он свой выбор остановит на другом производителе, пусть той же ценовой группы и того же класса, то ему в буквальном смысле придется менять все, что связано с обслуживанием его машины. Это как больному поменять доверенного врача, который за долгие годы досконально изучил его организм. Для этого взаимоотношения дилера и его клиента должны перейти на качественно новый уровень.

В планах Волжского автозавода – организовывать торговлю дилерами в рассрочку, лизинг, а также принимать старые автомобили в зачет цены нового, а на разницу предоставлять рассрочку платежа – это практикуют крупнейшие мировые автопроизводители. Возможно, что опять же дилеры станут удлинять срок гарантийного ремонта, предоставлять напрокат автомобили, пока собственная машина владельца будет находиться в ремонте. Впоследствии отношения владельцев машин и предприятий системы техобслуживания должны стать такими, что дилеры будут организовывать и поздравления своих клиентов с праздниками и торжественными событиями в их жизни, как это делается в мировой практике любой сервисной системы. Но это все – дело достаточно отдаленного будущего.

На сегодняшний день планируется, что на первом этапе начатой работы дилер должен заключить соглашение с заводом–изготовителем. Одним из требований этого соглашения будет условие – привести всю дилерскую сеть к единому образцу. Станции техобслуживания Волжского автозавода должны быть такими же узнаваемыми, как станции ‘‘Фольксвагена’‘ или ‘‘Вольво’‘. То есть должны быть типовые помещения, их интерьер, работа с клиентами должны соответствовать определенному уровню. Сюда входит все, что включает в себя понятие фирменного стиля. На втором этапе дилерского соглашения оговаривается план продаж и ценовые условия.

Волжский автозавод сразу же должен оговорить с дилером размер процента, который может быть получен с каждого проданного автомобиля. Ценовая политика должна быть единой. Дилер может в определенной степени поднимать стоимость лишь дополнительных услуг – к такой схеме сегодня стремится Волжский автозавод. Пока же Волжским автозаводом производится согласование с дилером минимальных розничных цен – то есть на первом этапе, дилеру позволяется ‘‘накручивать’‘ до определенной степени цены, и не позволяется опускать их до какого–то предельно допустимого уровня. Это объясняется тем, что снижение цены не позволит работающим в одном регионе дилерам с разным коэффициентом индивидуальных затрат компенсировать свои затраты, связанные с организацией той работы, которая направлена на создание фирменного стиля дилерской сети Волжского автозавода. Второй этап предполагает жесткую фиксацию цены, когда дилеры смогут рассчитывать только на свои комиссионные от продажи автомобилей. Для соблюдения этого условия компьютерные системы и дилеров, и завода производителя будут работать в едином информационном пространстве, что не позволит дилерам самолично устанавливать расценки.

Развитие дилерской сети Волжского автозавода на начальном этапе предполагает заключение соглашения со всеми предприятиями, соответствующими определенному набору требований, которые достаточно просты – должен быть офис с условиями, позволяющими организовать нормальную работу с клиентами, должны быть мощности для проведения предпродажной подготовки автомобилей, если их нет, то необходим договор с предприятием, осуществляющим эту работу. В дальнейшем будет происходить естественный отсев всех тех, кто не сможет успевать за темпами технического оснащения. Каждый дилер должен будет иметь собственные мощности, соответствующее оборудование, инструмент, квалифицированный персонал – от клерков до слесарей по ремонту.

Никого, реально торгующего, Волжский автозавод ограничивать не будет. Предприятия, заключающие с заводом дилерское соглашение, должны понимать, что они являются звеном единого неразрывного механизма и при этом планка требований к их работе будет все время подниматься, чтобы в течение 4 – 5 лет приблизиться к европейскому уровню. Конечно, далеко не всем дилерам это окажется по плечу, останутся только те, кто сможет справиться с постоянно усложняющимися задачами.

Огромную роль играют управления региональной торговли – это дистрибьюторы Волжского автозавода. Они имеют права по организации дилерской сети и управлению ею. От имени автозавода дистрибьюторы осуществляют контроль за соблюдением дилерских соглашений, за правилами торговли и так далее. Те управления региональной торговли, которые созданы на данный момент Волжским автозаводом, являются по сути своей дистрибьюторами.

Почему Волжский автозавод пошел по этому пути? Объяснение простое – у предприятий, в первую очередь дочерних, нет оборотных средств, чтобы покупать у завода автомобили по предоплате. Раньше Волжский автозавод заключали договора под обеспечение собственными векселями, с рассрочкой платежа, вплоть до консигнации, что привело в конечном итоге к большой дебиторской задолженности дилеров перед Волжским автозаводом. Потому пришлось менять условия работы.

Управления региональной торговли имеют возможность привлекать кредитные ресурсы той области или края, где они расположены, и расплачиваться с заводом по предоплате. Это экономически гораздо выгоднее, чем организовывать торговлю только из Тольятти, при которой увеличиваются сроки оплаты, транспортировки автомобилей. То есть фактически работа шла на проценты банка. Сблизив товар с кредитными ресурсами, Волжский автозавод получил возможность создания экономически мощных предприятий.

За все время работы управления региональной торговли полностью восстановили свое финансовое состояние и сейчас зарабатывают оборотные средства. В ближайшее время они уже смогут спокойно войти в режим предоплаты и выкупать автомобили у завода–производителя не только для организации собственной торговли, но и для поставки их в дилерскую сеть, которую сами же и формируют на своей территории.

Каждому дилеру в перспективе будет определена строгая территория, где он станет организовывать свою работу. Исходя из покупательских способностей жителей той местности, где базируется дилер, ему будут определены планы продаж. После распределения территорий и объемов торговли на них Волжский автозавод приступит к выполнению очередной задачи – к бизнес–планированию, что предполагает согласование с дилерами трат его прибыли.

Завод и дилеры должны совместно решать, какую долю каждое предприятие должно будет потратить на развитие. В конечном итоге все придет к тому, что деньги, заработанные на автомобильном бизнесе, из него уходить не будут. То есть, развивая свои мощности, вкладывая в это средства, каждый дилер будет знать, что при желании или необходимости он всегда сможет продать свой бизнес и окупить все расходы. При этом при нормальной организации работы дилер сможет иметь постоянный доход и, правильно распределяя прибыль, обеспечить собственное существование. Это общемировая практика, когда продается и покупается не какая–то конкретная вещь, а дело. По такому принципу и станут организовываться все предприятия Волжского автозавода.

Отдельно нужно уделить вопросу о возможности покупки нового автомобиля с зачетом цены старого, который отдается дилеру. Сегодня торговля с зачетом старых автомобилей организована в Санкт Петербурге. Клиентам предоставляется двухгодичная гарантия, выдаются специальные карточки, позволяющие рассчитывать на определенные скидки. В будущем Волжский автозавод планирует такую организацию продаж и в остальных регионах.

Дилеры же распоряжаются подержанными автомобилями по следующей схеме: во всем мире существует соотношение, когда из десяти машин, продаваемых дилерами, примерно три – новые, а остальные семь – подержанные. Это нормальный процесс, надо только научиться работать с клиентом. Постоянно общаясь с клиентами, дилер знает потребности и возможности каждого. Если, скажем, один из его клиентов ездит на ‘‘шестерке’‘ и планирует пересесть на передний привод, но не имеет достаточных средств, возможен вариант, когда он покупает подержанную переднеприводную машину, которую перед этим отдал дилеру в зачет цены новой ‘‘десятки’‘ ее предыдущий владелец. Оба покупателя в этом случае могут расплачиваться с рассрочкой платежа.

Старую ‘‘шестерку’‘ дилер, опять же хорошо ориентируясь в возможностях своих клиентов, предлагает еще кому–то. Вот уже произошло три продажи, и с каждой дилер имеет свой процент прибыли. При этом и покупатели могут быть уверенными в том, что им не подсунут кота в мешке, ведь дилер продает только те автомобили, которые у него обслуживаются, и он прекрасно знает их состояние. При соблюдении этических и моральных норм вероятность обмана со стороны дилера равна нулю, ведь он не захочет терять своего постоянного клиента, ему это обойдется гораздо дороже. Поэтому, продавая уже бывший в эксплуатации автомобиль, дилер абсолютно четко говорит, что тот стоит и чего от него можно ожидать.

По СНГ работа пойдет по такой же схеме, возможно, с некоторыми вариантами, учитывающими особенности состояния дел в той или иной бывшей республике. Что же касается дальнего зарубежья, то здесь дело обстоит несколько иначе. У Волжского автозавода достаточно большая собственная сеть за рубежом. Функции управления дилерской сетью ограничивались условиями исполнения коммерческих контрактов – Волжский автозавод поставлял автомобили и запасные части, за которые должны были в срок получать валюту. Эффективность деятельности самого предприятия определялась достаточно формально – по его прибыльности. Все отдано на откуп импортерам, и со стороны Волжского автозавода понятного, действенного контроля не было. Волжский автозавод должен полностью владеть ситуацией, то есть не только знать, как работает импортер, но и четко представлять, как работает каждый дилер, связанный с этим импортером, отслеживать, чтобы заработанные на продаже автомобилей средства не отдавались на развитие какого–либо другого бизнеса, например, на организацию торговли автомобилями конкурирующих компаний.

Основная задача в условиях реформирования – это четко понять, что дилерскую сеть надо создавать и управлять ею так, чтобы она соответствовала определенному уровню и развивалась вплоть до достижения мировых стандартов. Выполнив эти условия, Волжский автозавод сможет четко и грамотно управлять рынком сбыта своих автомобилей.

Работа Волжского автозавода по созданию дилерской сети принесла свои первые плоды – за период с июля 1998 года по июнь 1999 года было заключено 12 дистрибьюторских и 264 дилерских соглашений с предприятиями по реализации автомобилей по всей России (Приложение В – Список основных дилеров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘). Управление поставок на внутренний рынок Волжского автозавода расширило сеть центров продаж автомобилей в республиках, краях и областях.

В 1999 году руководство Самарской области было намерено ввести в регионе пятипроцентный налог с продаж большинства товаров, в том числе и автомобилей. Таким образом основная задача реформирования дилерской сети – увеличение объемов продаж автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ в регионах, приближение автомобилей к конечному покупателю, чуть было не была сорвана. Эти планы вызвали резкую негативную реакцию местных дилеров Волжского автозавода, которые заявили, что в этом случае они будут вынуждены уйти с Самарского рынка. Представители администрации области категорически настаивали на своем. Еще не введенный налог был уже заложен в доходы и расходы проекта местного бюджета. Политики считали, что человеку, способному выложить 50 – 60 тысяч рублей за вазовскую машину не составит труда доплатить 2 – 3 тысячи рублей налога.

Намерения покинуть Самарский регион у региональных дилеров были весьма серьезны, так как ведение пятипроцентного налога с продаж сделало бы их бизнес в этом регионе просто нерентабельным, так как вазовские машины оказались бы для потенциальных покупателей слишком дорогими. Местный рынок мог просто не выдержать такой нагрузки и рухнуть. В этих условиях, чтобы не разориться, автопродавцам гораздо выгоднее было бы уйти в другие регионы, с меньшим налогом. За ‘‘живые’‘ деньги в месяц в регионе реализуется примерно 14 тысяч машин и лишь очень небольшая часть из них остается в самой области – остальные перегоняются в другие уголки России. После введения же пятипроцентного налога за машинами в Тольятти ездить стало бы просто невыгодно. Это могло крайне отрицательно сказаться как на бюджете Самарской области, так и на положении Волжского автозавода, который в то время и без того переживал не лучшие времена. Данный спор разрешился не в пользу политиков – самарские дилеры Волжского автозавода добились для себя существенных льгот – областной налог с продаж для них был снижен с 5 до 3%.

## III.4 Поставщики АО ‘‘АвтоВАЗ’‘

Как известно, почти 3/4 качества автомобиля Волжским автозаводом закупается на стороне. Это говорит о том, насколько важно для завода иметь надежных партнеров – поставщиков металла, материалов и комплектующих изделий (Приложение С – Список лучших поставщиков АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по итогам работы за 2000 год). Успех Волжского автомобильного завода по изготовлению и реализации легковых автомобилей по праву разделили с ним его поставщики, которые являются неотъемлемой частью единого промышленного комплекса по изготовлению автомобилей. Сбой в работе любого из звеньев этого комплекса отрицательно сказывается на всех. Очень важна надежность каждого, чтобы в итоге автомобиль оправдал надежды потребителей.

Достичь этой задачи практически невозможно без надежных партнеров–поставщиков. В 2000 году за счет планомерной работы дирекции по закупкам в части развития сети поставщиков возросло количество вазовских партнеров. Увеличилось количество поставляемых позиций и в результате выноса технологий с площадки завода. В этой непростой ситуации следует отметить, что качество поставок комплектующих изделий в 2000 году улучшено в сравнении с предыдущим годом. Такого результата удалось добиться за счет применения ряда мер, о которых стоит сказать особо.

В рамках подготовки подразделений завода к сертификации на соответствие стандартам ‘‘ИСО’‘ серии 9000 Волжский автозавод был вынужден пересмотреть подходы к оценке поставщиков и разработал ‘‘Систему балльной оценки поставщиков’‘. Уже почти 3 года вся работа строится в соответствии с этой системой, и можно говорить об определенных результатах. Поставщик оценивается по 20 показателям, которые объединяются в 4 группы: уровень качества поставок, уровень организации поставок, лояльность поставщика и его перспективность. Все эти категории в результате сбора и обработки данных обретают цифровое выражение. По итогам года каждый поставщик получает свою интегральную оценку. По результатам оценки выстраивается рейтинг поставщиков и оглашается список лучших. С теми, кто сработал хуже, организовывается соответствующая работа. Итоги подводятся ежеквартально и ежегодно. Так, в начале февраля дирекция по закупкам организовала проведение итоговой конференции с поставщиками, где по результатам оценки работы за год вручались дипломы. Поставщики Волжского автозавода очень ревностно относятся к тому месту, которое им удается занять в рейтинге.

Сейчас поставщики внимательно изучают ситуацию по всем 20 показателям, чтобы соответствовать требованиям. В итоге трехлетней работы положение существенно изменилось в лучшую сторону. Если проанализировать изменение ситуации за год, то видно, что доля отличных и надежных поставщиков комплектующих изделий возросла с 71% до 82%. Неудовлетворительные поставщики отсутствуют, хотя в начале работы системы они были. Таким образом Волжский автозавод добился самого главного – повышения активности своих партнеров в части обеспечения своих требований.

За последние два года более чем в пять раз снизилось количество партий комплектующих изделий, которые бракуются в состоянии поставки. Снижается доля дефектов, обнаруживаемых при сборке и переработке. Здесь есть прогресс – за 2 года примерно в 2 раза. Если говорить об эксплуатации, то здесь успехи не столь значительны, и это не может не вызывать беспокойства. Именно в период эксплуатации выявляются наиболее сложные и дорогие по стоимости дефекты. Сегодня перед поставщиками стоит задача серьезного снижения количества отказов в период эксплуатации.

Подразделения Волжского автомобильного завода в плановом порядке проходят сертификацию на соответствие требованиям стандарта ‘‘ИСО’‘ серии 9000. Без сертификации поставщиков работа по повышению качества автомобилей не даст нужного эффекта. В контрактные условия для всех поставщиков на протяжении последних трех лет введены обязательные требования по сертификации систем качества на соответствие стандартам ‘‘ИСО’‘ серии 9000. В результате отмечается значительный прогресс в работе по сертификации систем качества поставщиков.

К 2001 году 58 поставщиков комплектующих изделий, 24 поставщика материалов и 12 поставщиков металла имели сертификат на соответствие требованиям стандартов ‘‘ИСО’‘ серии 9000. Дирекцией по закупкам и дирекцией по качеству поставлена задача к концу 2001 года увеличить объем поставок с предприятий, имеющих сертифицированные на соответствие ‘‘ИСО’‘ серии 9000 системы качества, до 80%. Волжским автозаводом начата разъяснительная работа с поставщиками по подготовке к внедрению у них систем качества на новом уровне – на основе ‘‘ИСО’‘ серии 9000 версии 2000 года. Новые требования значительно выше, чем у ‘‘ИСО’‘ 9000 версии 1994 года. В ближайшем будущем требования этих стандартов будут обязательно оговариваться при заключении контрактов. Те же поставщики, которые намерены работать с автосборочным предприятием, создаваемым совместно с ‘‘Дженерал Моторс’‘, должны будут в обязательном порядке иметь сертификат на соответствие системы качества стандарту ‘‘Кью Эс’‘ серии 9000. Это стандартное требование ‘‘Дженерал Моторс’‘ для всех своих поставщиков.

В качестве главных направлений работы с поставщиками из 20 пунктов, оговариваемых стандартами ‘‘ИСО’‘ серии 9000, специалистами Волжского автозавода выделено 7 наиболее важных. На них будет обращаться особое внимание в нынешнем году при проведении аудитов поставщиков. Речь идет об анализе контракта, идентификации и прослеживаемости, управлении процессами, корректирующих действиях, статистических методах и другое. Вся эта работа нацелена на главную цель – на достижение максимального прогресса в качестве поставок.

Иногда оппоненты Волжского автозавода задают вопрос – не превратилась ли работа с внедрением ‘‘ИСО’‘ в формальность, есть ли реальный результат от нее? Нет, в ‘‘бумажное’‘ качество она не вылилась, и положительные результаты имеются. В качестве примера можно привести завод ОАО ‘‘Пластик’‘ (город Сызрань). За два года их предметной работы по сертификации системы качества, взаимной работы с Волжским автозаводом по совершенствованию обмена данными и ежедневной работы с данными по качеству на Волжском автозаводе и на ‘‘Пластике’‘ достигнут значительный прогресс в качестве поставок. В результате такой достаточно рутинной работы количество дефектов на сборке снизилось с 450 до 150 на миллион.

Это весьма хороший уровень, и Волжский автозавод сейчас всех поставщиков ориентирует на такие цифры. Если взять требования технических условий десятилетней давности, то они предполагали наличие до 4 тысяч дефектов на миллион. Сегодняшние требования ужесточены до 150 – 200 дефектов на миллион. И уже есть заводы, им соответствующие. Не более 50 дефектов на один миллион допускают лучшие поставщики электрики и электроники. А абсолютным чемпионом прошлого года стал Екатеринбургский завод ‘‘Уралэластотехника’‘, который добился показателя всего 5 дефектов на миллион.

Цифры впечатляющие, но речь идет о допустимом количестве дефектов, разрешенных на миллион, только по одной позиции, а ведь в автомобиле тысячи комплектующих плюс материалы и металл. В идеале идет расчет на то, что все поставщики должны достичь показателя 0 дефектов на миллион, то есть автомобиль не должен иметь дефектов. Такие цели перед ними поставлены волжским автозаводом. Однако на этот процесс необходимы определенное время и затраты на совершенствование технологии или на освоение новых технологических процессов. Все эти затраты будут, естественно, включены в цену, которую придется заплатить. Поэтому всегда следует помнить о соотношении цены и качества. Сейчас выгоднее придерживаться имеющихся возможностей поставщиков и завода и исправлять обнаруженные дефекты. Главное, чтобы они не попали к потребителю.

Если говорить о дефектах, выявляемых уже в эксплуатации, то они уже попадают в категорию так называемых отказов и являются самыми неприятными для покупателей и должны быть таковыми и для изготовителей. Следует отметить огромную работу сервисной сети Волжского автозавода, которая обеспечивает сбор и отправку большей доли отказавших в эксплуатации комплектующих изделий поставщикам. Цель этой работы – организация подробного анализа причин отказов силами поставщиков, которые являются изготовителями дефектных изделий. В результате проведения анализа поставщики получают информацию ‘‘из первых рук’‘ и могут качественно спланировать свои корректирующие действия.

Надо четко представлять себе, что дефекты, поступающие из эксплуатации, довольно инерционны. Поставщики собирают всю информацию по своим изделиям и составляют планы корректирующих мероприятий. Сдвиги есть и тут. Значительно снижены отказы по ряду изделий: датчику скорости, блоку индикации бортовой системы, по монтажному блоку и другим. На Волжском автозаводе считают, что наладили ту форму взаимодействия с поставщиками, которая позволяет каждому автору знать свои просчеты и уровень их последствий, возникающих в эксплуатации.

Новая работа, которую Волжский автозавод начал с поставщиками, – оценка их технологического уровня, поскольку это самый важный параметр, определяющий качество продукции. С помощью главных консультантов из Поволжского отделения российской Инженерной Академии разработана экспертная система оценки технологии и получены первые опытные результаты. ‘‘Обкатывали’‘ новую систему на разных поставщиках, и поскольку задачи были поставлены очень высокие, то почти половина обследованных технологических процессов оказалась несоответствующей требованиям. Однако считать полученные данные пугающими рано, так как планка требований очень высока. Стал понятен уровень, на котором находится технология поставщиков, и ясно, в каком направлении следует двигаться дальше Особого внимания требует управление технологическими процессами.

В сложных техпроцессах существует масса факторов, не достаточно четко предусмотренных либо конструктором, либо технологом. Когда происходит определенное сочетание отрицательных факторов, появляется дефект, чью природу выявить крайне сложно. Такие недостатки приводят к тому, что дефекты возникают совершенно неожиданно (и в больших объемах) и так же неожиданно исчезают. В качестве примера можно привести разрушавшееся на морозе заднее стекло ‘‘десятки’‘. Чтобы избежать подобных ситуаций, нужно ужесточить требования к управляемости технологических процессов.

Поставщики возмещают убытки завода за устранение своих дефектов в эксплуатации, но тем не менее страдает в первую очередь марка ‘‘ВАЗ’‘, ведь для потребителя неважно, по какой причине и по чьей вине отказал его автомобиль. Волжский автозавод, конечно же, в полной мере несет ответственность за готовый автомобиль независимо от того, из чьих деталей он собран. Поставщики эту ответственность разделяют. Не было случая, чтобы к замечаниям Волжского автозавода отнеслись невнимательно и не учли их в своей работе. Другое дело, что у одних получается лучше и быстрее, у других – нет. Главное – все понимают, что ошибка одного отражается на общем результате.

Существует ряд обязательных для исполнения условий. На протяжении трех лет все службы завода, связанные с составлением контрактов с поставщиками, довели эту работу до высокого уровня. В частности, оговорен пункт об обязательном возмещении поставщиками затрат, связанных с отказами комплектующих изделий в эксплуатации. И эти затраты поставщиками возмещаются практически в полном объеме. Таким образом, поставщики несут материальную ответственность за все отказы, которые возникли по их вине, и возмещают нам все сопутствующие затраты. Второй момент – при ежегодном распределении заказов дирекцией по закупкам обязательно учитывается работа поставщика за предыдущий период. При несоответствии качества поставки требованиям Волжского автозавода поставщик не может рассчитывать на подписание контракта на условиях предыдущего периода. Об этом всегда помнят поставщики и стараются достичь хороших показателей.

Известно, что наиболее сложно решаются вопросы с качеством поставок металла. Работа с поставщиками металла строится по общей схеме, но в ней Волжский автозавод не имеет тех успехов, как по комплектующим изделиям, на которые вправе рассчитывать. Это связано с рядом объективных причин, главная из которых заключается в том, что металлургические комбинаты не готовы в полном объеме исполнять те требования, которые им предъявляются. Уход от закупок металла по импорту на лицевые поверхности показал, что отечественные металлургические комбинаты не всегда в состоянии обеспечить нужное качество. Чтобы соответствовать требованиям Волжского автозавода, необходимо повышать технический уровень. Среди таких поставщиков листового металла это наиболее хорошо понимает ОАО ‘‘Северсталь’‘ Уже сегодня можно говорить об определенных сдвигах к лучшему в работе этого комбината, и есть надежда в ближайшее время получать от него металл для лицевых деталей требуемого качества в нужных объемах.

Также налаживаются связи с другими металлургическими заводами. 16 марта 2000 года на металлургическом заводе в городе Лысьва Пермской области состоялся торжественный запуск агрегата электролитического цинкования стального листа в рулонах шириной 1450 миллиметров. Это было долгожданное событие не только для самих заводчан, но и для коллектива Волжского автозавода, представленного на торжестве большой делегацией. Оно означало, что еще ряд деталей кузова ‘‘десятки’‘ и крылья на семейство ‘‘лада’‘ будут изготавливаться из отечественного проката, оцинкованного для защиты от коррозии, а не из закупаемого по импорту. При этом, как подсчитали специалисты Волжского автозавода, экономия составит 8 миллионов рублей в месяц.

Сотрудничество ‘‘АвтоВАЗа’‘ с Лысьвовским металлургическим заводом началось в 1995 году. Осваивая электроцинкование все более широкого стального проката, получаемого из Череповца и Липецка, лысьвовские металлурги открывали перед своими партнерами из Тольятти все новые возможности для отказа от закупок за рубежом. Только за период с 1998 по 2000 год Волжским автозаводом совместно с Лысьвовским Металлургическим Заводом освоено столько позиций покрытых кузовных деталей из отечественного материала, что это принесло ‘‘АвтоВАЗу’‘ экономию в 30 миллионов долларов. В свою очередь заказы Волжского автозавода, который потребляет около 90% электрооцинкованного металла из Лысьвы, позволили открыть на предприятии дополнительные рабочие места, поднять зарплату. Завод, который в прошлом году отметил свое 250 летие, обрел, в буквальном смысле слова, вторую молодость.

Отказавшись от импортного проката на боковину кузова, специалисты Волжского автозавода приняли решение, чтобы штамповать ее из отечественной рулонной стали, впервые в отечественном автостроении покрытой не электроцинком, а методом горячего оцинкования. Выбор пал на Новолипецкий металлургический комбинат. Чтобы выполнить заказ Волжского автозавода, на Новолипецком металлургическом комбинате использовали сталь со сверхнизким содержанием углерода, категории особо сложной вытяжки. Для того, чтобы добиться нужной толщины защитного слоя в 6–10 микрон, которая облегчает сварку оцинкованной боковины, липецкие металлурги в сжатые сроки провели реконструкцию агрегата горячего оцинкования, модернизировав, в частности, воздушные ножи, которые формируют толщину покрытия и его структуру. Полученный результат стал событием в российской металлургии, найдя отклик на страницах специализированных журналов. Рулонный металл с двухсторонним покрытием на боковину ‘‘десятки’‘ уже поступает на Волжский автозавод.

В европейских автомобильных компаниях все шире применяется горячеоцинкованный прокат. Не последнюю роль играет фактор цены – он дешевле металла, оцинкованного электролитическим способом. Вазовская ‘‘десятка’‘ сегодня – единственный легковой серийный автомобиль российского производства, многие детали кузова которого, для защиты от коррозии, выполнены из оцинкованного стального листа. Вес защищенных деталей – 52% от веса кузова. Большинство их покрыто цинком электролитическим способом (электроцинк), который применяется на ‘‘десятке’‘ с самого начала, причем импортный материал целенаправленно заменяется отечественным. Только за период с 1998 по 2000 годы это позволило на каждом кузове получить экономию в 1727 рублей. И на новой ‘‘Ниве’‘, и на автомобилях семейства ‘‘Калина’‘ – ‘‘ВАЗ’‘ 1118 внутренние детали кузова планируется изготавливать из горячеоцинкованного листового материала, в то время как наружные будут электрооцинкованными. Безусловно, при этом будет учтен опыт, наработанный липецкими металлургами и отделом новых материалов Волжского автозавода.

# IV Перспективы развития АО ‘‘АвтоВАЗ’‘

## IV.1 Сотрудничество АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ и корпорации ‘‘Дженерал Моторс’‘

21 апреля 2000 года состоялось заседанием совета директоров головной компании ‘‘Дженерал Моторс’‘ по принятию решения о подписании генерального соглашения с Волжским автозаводом. Это заседание совпало с 30 летием сборки первого автомобиля на Волжском автозаводе. Совету директоров ‘‘Дженерал Моторс’‘ для принятия решения был представлен бизнес–план, который содержит все, чтобы поставить производство в совместном предприятии ‘‘Дженерал Моторс – АвтоВАЗ’‘ на 90 тысяч автомобилей в год на площадях в городе Тольятти. Предусмотрено, что будут выпускаться 75 тысяч автомобилей ‘‘Нива’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2123 и 15 тысяч – ‘‘Опель Астра’‘ Т–3000.

‘‘Опель Астра’‘ Т–3000 выбран Волжским автозаводом потому, что это самая последняя модель, поставленная ‘‘Дженерал Моторс’‘ на конвейер летом 1998 года. Как всякий новый автомобиль, он в себе содержит все научные, технические, конструкторские достижения, которые к этому времени уже известны, исследованы, разработаны. И на все это были затрачены большие деньги. Получая в производство ‘‘Опель Астра’‘ Т–3000, Волжский автозавод будет развивать производство автомобильных комплектующих в России. Не затрачивая времени и денег, ‘‘АвтоВАЗ’‘ может одним скачком изменить конструкции целого ряда автомобильных комплектующих.

Первым шагом к этому и должен стать ‘‘Опель Астра’‘ Т–3000. Потом Волжский автозавод сможет использовать обратные унификации с этой модели с усовершенствованиями, если они потребуются, на свои новые разработки и на выпускаемые автомобили. Таким образом, толчком поднять качество Вазовского автомобиля в целом призван именно ‘‘Опель Астра’‘ Т–3000. 15 тысяч автомобилей в год ничего не меняют в мощностях Волжского автозавода в более 700 тысяч, но технически это очень важно. Для ‘‘Дженерал Моторс’‘ важен выход на рынок России. И именно этот автомобиль как раз является его началом.

Волжский автозавод провел маркетинговые исследования по возможному спросу этой модели, прежде чем составить бизнес–план на ее производство. Дальше была проведена работа по удешевлению этого автомобиля. Волжский автозавод сумел снизить цену этого автомобиля пока только в себестоимости примерно до 11 тысяч долларов. По совместным исследованиям нашего рынка, делать больше 15 тысяч автомобилей по себестоимости в 11 тысяч долларов проблематично. Есть опасность, что в сегодняшней России с невысокой покупательской способностью ее населения большего количества продать просто невозможно. Что касается совместного проекта, то концерн ‘‘Дженерал Моторс’‘ заинтересовался автомобилем ‘‘ВАЗ’‘ 2123 ‘‘Нива’‘ неспроста.

Менеджеры ‘‘Дженерал Моторс’‘ сами проводил испытания этого автомобиля и пришли к выводу, что выход на рынок не только России, но и Восточной Европы с новой ‘‘Нивой’‘ очень перспективен. Поэтому ‘‘Дженерал Моторс’‘ готов вложить немалые деньги на разработку Волжского автозавода. Это немногим больше 250 миллионов долларов, которые ‘‘АвтоВАЗу’‘ надо освоить в короткое время, чтобы как можно быстрее начать выпускать этот автомобиль. В бизнес–плане заложена цена новой ‘‘Ниве’‘ для российского рынка равная 8 тысячам долларов. Это достаточно доступная сумма для автомобиля такого класса. За рубежом ‘‘Нива’‘ будет стоить дороже, так как экспортные варианты будут оснащаться двигателем и педальным узлом ‘‘Опель’‘ и в целый ряд стран эта модель пойдет под наименованием ‘‘Шевроле Нива’‘. Присутствие в названии отечественного автомобиля эмблемы одного из крупнейших автопроизводителей мира гарантирует успех данной модели за границей и, соответственно, стабильный рынок сбыта.

По управлению совместным предприятием достигнуты предварительные договоренности. В связи с тем, что Волжский автозавод был согласен на имущественное построение только по схеме ‘‘50 на 50’‘, то никаких преимуществ ни одной стороне нет. Прибыль распределяться будет поровну, как и должности в совместном предприятии. Кроме выгодности проекта ‘‘Дженерал Моторс’‘ руководствуется еще и соображениями глобализации. Это объединение разных автомобильных компаний между собой, поглощение одной компанией другой. Он начался после окончания второй мировой войны. Но в последние годы этот процесс очень ускорился. Сейчас можно ожидать, что к 2006 году в мире останется не более 5–6 автомобильных транснациональных компаний. Если говорить об автомобиле, который будет делаться в этих транснациональных компаниях, то стремление такое, что на одной платформе – основании с мотором и колесами – нужно собирать много разных марок. Это прежде всего значительно удешевляет производство. Оно становится более стандартным.

Сегодня таких вот платформ, на которых делается в общей сложности более миллиона автомобилей, в мире уже 14%. Ожидается, что к 2006 году таких платформ будет 33% от общего выпуска легковых автомобилей в мире. Понятно, что к тому времени весь автомобильный рынок будет поделен между теми 5–6 транснациональными автомобильными компаниями. И может быть, этот процесс продлится и дальше. Судьба Волжского автозавода и всего автомобилестроения в России, конечно, не может не зависеть от этой тенденции. Россия пока еще остается в изоляции, не интегрирована в автомобилестроение мира. Но совершенно определенно, что этой изоляции скоро придет конец и тогда ‘‘Дженерал Моторс’‘ окажется первой кампанией, твердо обосновавшейся в России и имеющей преимущества на российском рынке. Создав альянс ‘‘Дженерал Моторс – АвтоВАЗ’‘ последний, таким образом, получает солидную поддержку в лице одного из крупнейших автопроизводителей мира и реальный шанс наладить выпуск конкурентоспособных и качественных автомобилей. У Волжского автозавода не всегда хватает оборотных средств на развитие и по этому такие инвестиционные вливания для него очень важны.

Переговоры по созданию совместного предприятия велись почти год и вот наконец на пресс–конференции руководителей ‘‘Дженерал Моторс’‘, прошедшей 27 февраля 2001 года на автомобильном салоне в Женеве, вице–президентом концерна по сотрудничеству с европейскими странами Майклом Бернсом было объявлено об участии ‘‘Дженерал Моторс’‘ совместно с АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ и Европейским банком реконструкции и развития в создании совместного предприятия по производству легковых автомобилей повышенной проходимости ‘‘Нива’‘ ‘‘ВАЗ’‘ 2123. Достижение проектной мощности намечено на 2004 год. Годовой объем производства этого совместного предприятия составит 75 тысяч автомобилей, предназначенных как для продажи в России, так и для экспорта. Автомобили могут комплектоваться силовыми агрегатами российского и импортного производства (предпочтение отдается силовым агрегатам и узлам автомобиля ‘‘Опель’‘).

Разработка конструкции новой ‘‘Нивы’‘ проведена инженерными службами Волжского автозавода. И этот интеллектуальный вклад взят за основу долевого участия ‘‘АвтоВАЗа’‘ в совместном предприятии. Общая же стоимость совместного предприятия оценивается в 332 миллиона долларов США. ‘‘Дженерал Моторс’‘ и Волжский автозавод инвестируют по 41.5%, Европейский банк реконструкции и развития – 17% уставного капитала. Деньги, вносимые иностранными партнерами, будут использованы для обустройства зданий, приобретения современного технологического оборудования и создания оборотных средств. Волжский автозавод, помимо научно–технических разработок, предоставит земельный участок, здания, сооружения, энергетические и трудовые ресурсы. Что касается трудовых кадров Волжского автозавода, то ‘‘Дженерал Моторс’‘ подчеркнул высокий уровень образования вазовских специалистов и более принципиальное, чем у них, отношение к труду.

Таким образом, здесь, в Женеве, дана высокая оценка инжиниринговым службам Волжского автозавода, создающим конкурентоспособную легковую автомобильную технику, всему коллективу акционерного общества, сохранившего лидирующее положение в российском машиностроении, несмотря на все трудности, испытанные заводом за последние годы. А международное признание не только дорогого стоит, но и ко многому обязывает.

В реализации и сервисе продукции будущего совместного предприятия будут задействованы дилерская сеть и система технического обслуживания Волжского автозавода и фирмы ‘‘Шевроле’‘, входящей в концерн ‘‘Дженерал Моторс’‘. Система ‘‘Шевроле’‘ будет применена там, где она имеет больший опыт продаж и обслуживания автомобилей. В России же, где более развита вазовская система, продажей и сервисом автомобилей совместного предприятия займется фирменная сеть ‘‘АвтоВАЗтехобслуживание’‘.

31 января 2000 года с конвейера опытно–промышленного производства АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ сошел первый товарный автомобиль ‘‘ВАЗ’‘ 2123 ‘‘Нива’‘. После проведенного тестирования и обкатки первая партия из 10 автомобилей ‘‘ВАЗ’‘ 2123 поступила официальному дилеру АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ в Тольятти – фирме ‘‘Восток Лада’‘.

## IV.2 Работа АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по реформированию производственно–хозяйственной деятельности

Основная задача 2001 года по реформированию производственно–хозяйственной деятельности Волжского автозавода заключается в формировании бизнес–единиц и создании системы логистики. Есть, конечно, и другие задачи, связанные с процессом реформирования, но приоритетом сегодня являются именно эти два пункта. Созданием бизнес–единиц Волжский автозавод начал заниматься еще в 2000 году. Выделив вспомогательное производство, Волжский автозавод очистил автомобильное от несвойственных ему функций. Уже действуют в новом режиме бизнес–единицы – энергетическое производство, производство ремонта и обслуживания оборудования, инструментальное, штампов и пресс–форм, а также отдельным подразделением стала социальная сфера. Такое выделение создало предпосылку для более точного расчета и учета всех затрат во всех подразделениях, связанных непосредственно с производством автомобиля, и тех, чья связь опосредована.

Таким образом, появилась возможность анализировать затраты дифференцированно, постепенно уходить от котлового метода их учета. Сегодня Волжский автозавод выделил все затраты, не связанные непосредственно с производством автомобиля, и рассматривает их по каждой отдельной бизнес–единице. Введенное понятие основного заказа на производство автомобиля позволяет четко определить, какие виды услуг и в каком объеме входят в себестоимость автомобиля, какова их стоимость и как на нее повлиять. Первый шаг в этой работе сделан в 2000 году, создав бизнес–единицы и научившись считать затраты. Пока еще не в полном объеме сформирована система управления бизнес–единицами, работа в этом направлении продолжается.

Нужно ясно понимать, что такое бизнес–единица. Название само за себя говорит, что в структуре должен формироваться бизнес. Сегодня Волжский автозавод занимается созданием условий для его формирования в каждой бизнес–единице. Для этого надо дать бизнес–единице права и возможности, необходимые для самостоятельного управления бизнесом. Работа эта непростая, никакого шаблона нет, и Волжский автозавод, по существу, является первопроходцами – сам вырабатывает идеи, сам их и развивает, проверяет и в случае положительного результата тиражирует. Это первый этап, в результате которого к началу 2001 года оказались выделенными все вспомогательные бизнес–единицы и одна крупная – автомобильное производство. На этом этапе автомобильное производство намеренно выделено как единое для того, чтобы не решать огромную задачу разом. Процесс реформирования организован поэтапно.

Началось все с реформирования вспомогательного производства, теперь подошла очередь автомобильного. Выпущен приказ, который подвел итог многомесячной работы по выделению этой бизнес–единицы. Определено, что весь автомобильный блок будет сформирован шестью бизнес–единицами – металлургическим, прессовым, механосборочным, сборочно–кузовным производствами, производством пластмассовых изделий и ‘‘ГлавАвто’‘. Предполагается придание этим структурным подразделениям, как и вспомогательным, способности вести самостоятельный бизнес.

Другими словами, Волжский автозавод переходит от управления монопредприятием к управлению бизнес–единицами, то есть к управлению большим количеством заводов. Это позволит полностью реализовать цель – абсолютный учет всех затрат на разных этапах (учет стоимости каждой детали, каждого узла, агрегата), к чему Волжский автозавод шел очень долго и чего не было в прежних условиях работы в качестве монопредприятия. Сегодня эта задача решатся. Самое главное Волжский автозавод подготовлен к тому, чтобы сделать компанию или главой холдинга, или материнской компанией, к которой будет подключен целый ряд других автомобильных производств. По сути дела, создана управляющая компания, и развитие событий показывает, что движение идет в правильном направлении.

Чем же это подтверждается? Для активного участия на рынках вне России нужно развивать такую форму, как производство разобранных серий, или организовывать сборочные заводы. Это уже реализуется. Работают предприятия на Украине, в Эквадоре и других регионах, готовится к созданию завода в Казахстане. Ими надо управлять, и созданная система позволяет это реализовывать. Данная структура позволяет управлять не только предприятиями, в работе которых участвует капитал Волжского автозавода. ‘‘АвтоВАЗ’‘ занимается организацией производства на Ижевском заводе. Его капитал от Волжского автозавода независим, и тем не менее эта система позволяет активно влиять на функционирование этого завода.

Наряду с тем, заканчивается работа по выделению бизнес–единиц в дирекции технического развития. Формируются три крупных бизнес единицы – научно–технический центр, производство штампов и пресс–форм и производство технологического оборудования. Окончательное формирование этих бизнес–единиц завершает этап выделения управляющей компании и производственных структур. На этом работа не заканчивается. Дальше идет отработка системы управления созданными структурами – процесс наиболее трудный и кропотливый. Касается он абсолютно всех подразделений. Ситуация такова, что реформирование затронет каждого, и каждый должен принимать в нем участие – это принципиальный момент.

Стратегические задачи решает комиссия по реформированию, а тактические – каждое подразделение. В самом начале работы по реформированию было определено, что участвуют в ней все руководители и специалисты Волжского автозавода, опираясь на свой опыт и на опыт ведущих консалтинговых компаний. Надо иметь в виду, что процесс реформирования проходит в условиях действующего предприятия, а это означает, что нельзя допустить никаких действий, которые могут отрицательно повлиять даже на коротком отрезке времени на устойчивость предприятия или на социальную атмосферу. Важно, что проект реформирования является детищем тех, кто его внедряет в жизнь, потому и участвуют в работе все без исключения подразделения.

Планируется, что в течение нынешнего года удастся создать весь пакет управляющих программ. Большая роль отводится директорам бизнес–единиц. Это все без исключения люди опытные, имеющие большой творческий и предпринимательский потенциал, способные решать основную задачу – зарабатывать прибыль. Сейчас каждый директор сам думает, как строить свою работу, чтобы добиться конечной цели. Например, сегодня директор металлургического производства работает с ‘‘КамАЗом’‘ и другими заводами на предмет установления взаимовыгодной кооперации.

Речь идет о принципиально новых подходах к работе. Сумеют ли кадры, воспитанные старой системой перестроиться в нынешних условиях? Но Волжский автозавод выжил, когда большинство предприятий не смогли пробиться через трудности последнего времени. Волжский автозавод проектировался ‘‘Фиатом’‘, заложившим систему, способную работать в рыночных условиях, и кадры Волжского автозавода обучались тому же.

В свое время экспорт Волжского автозавода доходил до 45%, то есть предприятие работало не на внутренний рынок. И тогда уже строились отношения с западными партнерами не по советской схеме. Менеджеры Волжского автозавода прошли обучение в самых передовых компаниях в Германии, Италии, Америке, Японии и ряде других высокоразвитых стран. Потому считать, что они являются продуктом старой формации, – это глубочайшее заблуждение. Менеджеры Волжского автозавода высокообразованны и прогрессивны, целеустремленны и напористы. Они молоды и постоянно учатся. Что касается другого момента – когда директора производств становятся директорами бизнес–единиц, то у них в новом статусе существенно меняются права и обязанности. Если прежде директора были в основном лишь исполнителями решений, принимаемых свыше, сегодня же они возглавят структуры, в которых будут обязаны организовать бизнес самостоятельно. И бизнес этот должен приносить прибыль.

До недавнего времени бизнесом на Волжском автозаводе занимался, по существу, один человек – президент, что в корне неверно. Такое возможно на сравнительно небольшом предприятии, но не на столь гигантском заводе, как Волжский автозавод. Президент должен дирижировать, то есть управлять бизнесом в бизнес–единицах. И сегодня руководители производств уже проявляют интереснейшие инициативы. Например, директор прессового отдела изучает возможности поставки своей продукции на ‘‘Завод Микролитражных Автомобилей’‘ (дочерняя компания ‘‘КамАЗа’‘, собирающая ‘‘Оку’‘), в Ижевск, а также использования их мощностей. Директор инструментального производства уже набрал немалый пакет заказов на стороне. А ведь до этого о сторонних заказах и речи не шло, так как была уверенность, что зарплата в любом случае будет выделена с автомобильного производства. Сегодня зарплату надо заработать, и понимание такое появляется. Работу необходимо искать, и делать ее качественно, так живет весь мир, это тоже все начинают осознавать.

Теперь о системе логистики. Этот термин несколько пугает многих людей своей новизной. Не всем понятно – о чем идет речь. По существу же, ничего нового в этом нет. Волжский автозавод всегда работал по принципам, заложенным логистикой, просто называли всю систему иначе, то есть употребляли другую терминологию. Сегодня введен принятый во всем мире термин – логистика. По существу, речь идет о системе, соединяющей в единую цепь процессы заказа автомобилей, планирования производства и поставок товарно–материальных ценностей для него, поставки товарно–материальных ценностей от поставщика к рабочим местам, организации и контроле производства автомобилей, планирования отгрузки, отгрузки и доставки автомобилей заказчику.

Всем этим Волжский автозавод занимался и прежде, но сейчас такая работа должна выйти на принципиально новый уровень. Логистика призвана обеспечить тесную связь распределения автомобилей с заказом и планированием. Необходимо реализовать задачу создания производства, ориентированного на заказчика. Автомобили должны производиться только под заказ дистрибьютора или дилера и в максимально короткий срок ему доставляться. В связи с этим чрезвычайно важным становится вопрос согласования с поставщиками графиков поставок, обеспечивающих реализацию плана производства автомобилей.

Следующей задачей станет организация прямых поставок на сборочные линии, на рабочие места, минуя промежуточные заводские склады. Вся логистическая система АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ делится на три части – внешняя логистика поставок на Волжский автозавод; внутренняя логистика, обеспечивающая связь между бизнес–единицами ‘‘АвтоВАЗа’‘, и внешняя логистика поставок товарной продукции (автомобили, запасные части). Создание системы логистики позволит решить ряд важнейших задач – организовать всю деятельность бизнес–единиц для выполнения их функций, не привлекая огромного количества людей, не делая опять же огромных накоплений материальных ценностей, что ведет к замораживанию капитала. Аналогов такой работы в России нет. Есть лишь опыт мировых автомобильных корпораций, которым никто с нами делиться не собирается, так что вся деятельность, связанная с созданием системы логистики, крайне сложна.

В свое время шел разговор о планах организации поставок на Волжский автозавод в режиме реального времени. Сейчас это уже стабильно работает и примером тому служит работа Волжского автозавода с сызранским ‘‘Пластиком’‘. Когда–то работа шла в режиме, при котором запас деталей с ‘‘Пластика’‘, составлявший не менее 20 суток, вызывал серьезные разбирательства. Тогдашние отношения были настолько ненадежны, что малейший сбой в поставке мог привести к сбою в работе конвейера. Сегодняшний запас деталей ‘‘Пластика’‘ не превышает трех суток, и никаких опасений это не вызывает, так как абсолютное большинство номенклатуры подается точно в срок. В качестве второго примера можно привести ‘‘АвтоВАЗагрегат’‘, поставляющий ‘‘АвтоВАЗу’‘ сиденья. Это предприятие делает свои поставки строго по часовому графику. И Волжский автозавод сегодня перед всеми поставщиками ставит задачу перехода на систему поставок точно в срок. Это чрезвычайно сложная работа.

Сегодня дирекция по торговле определяет, какие автомобили и в каком количестве необходимо изготовить заводу, то есть во главу угла поставлен заказ. Система логистики предполагает внедрение стопроцентной позаказной сборки. Волжский автозавод постоянно декларирует один и тот же тезис – сегодня главной миссией Волжского автозавода является удовлетворение потребностей заказчика. Реализуя ее, ‘‘АвтоВАЗу’‘ пришлось полностью перестраивать всю структуру. Если раньше вершиной пирамиды было производство и все подразделения работали на него, то теперь во главу этой пирамиды поставлены торговля и сбыт. Именно торговля находится в прямом контакте с клиентом, и полученный от него заказ диктует организацию производства. Другими словами, сегодня первичной стала торговля, вторичным – производство. Это мировая практика – надо производить тот товар и в том объеме, который востребован рынком. Потому сегодня вводится позаказная сборка, по цветам, комплектации машин и так далее. Конечно, нельзя сказать, что Волжский автозавод полностью освоил такую работу, она гигантская – включает в себя перестройку не только структуры, но и, что не менее сложно, психологии людей. При этом главная задача – не уменьшить количество рабочих мест при проведении реформирования и не снизить социальную защищенность, чтобы не создавать напряжение.

Сейчас часто говорится о процессе глобализации, происходящем в автомобилестроительном мире. Процесс глобализации – это очередной этап эволюции человечества, он объективен, и остановить его нельзя Человечество постоянно ищет новые формы управления любыми видами деятельности. Этот процесс касается не только автомобильной промышленности. Самый яркий пример – глобализация информационных систем – Интернет. И если считать, что Волжского автозавода такие перемены не касаются, то это станет показателем величайшей близорукости. Волжский автозавод является участниками мирового процесса производства автомобилей и должен сделать все возможное, чтобы войти в него, занять свое место. Главная задача – найти форму для участия. Создание совместного предприятия с ‘‘Дженерал Моторс’‘ – один из моментов участия Волжского автозавода в процессе глобализации. Это – первый шаг, который позволит ‘‘АвтоВАЗу’‘ включиться в происходящие перемены.

Не сможет российское автомобилестроение, и Волжский автозавод в том числе, выжить, оставаясь в стороне. Волжский автозавод должен интегрироваться в единую автомобильную промышленность – через участие в совместных разработках, исследованиях, изготовление отдельных деталей, узлов и так далее – форм различных множество. Но самая неправильная из них – продаться крупной компании и прекратить существование как российский производитель. Волжский автозавод ищет другие варианты интеграции. Проект с ‘‘Дженерал Моторс’‘ – это далеко не последний шаг, так же, как и создание производства за рубежом. ‘‘АвтоВАЗу’‘ чрезвычайно необходимо участвовать в общемировом процессе, и нынешнее реформирование должно помочь ему в этом. Только конкурентоспособное, динамично развивающееся предприятие способно интегрироваться в мировое сообщество.

# Заключение

К сожалению, в ближайшие годы восстановление легковой автомобильной промышленности, а также рост объемов производства будут идти не за счет инновационных усилий и других радикальных, но капиталоемких мер, необходимость которых бесспорна, а главным образом за счет возможностей самой отрасли. Основная часть предприятий уже проанализировала свои возможности и пути восстановления прежних объемов выпуска продукции, сохранения рабочих мест в новых, исключительно неблагоприятных условиях (живой пример – успешная работа ‘‘АвтоВАЗа’‘ и ‘‘АвтоГАЗа’‘). Гарантия тому – опыт и знания руководства, накопленные десятилетие работы в сложнейших условиях, без поблажек и льгот по финансированию, материально–техническому обеспечению, уровню вознаграждения и тому подобное. Направления приложения усилий по восстановлению отрасли могут быть следующие:

Во–первых, частичная модернизация изделий – ‘‘рестайлинг’‘. Она, в принципе, требует сравнительно небольших глубин изменений и затрат. Однако характер изменений должен быть достаточным, чтобы обеспечить устойчивый сбыт изделия, и в целом экономически целесообразным. В этом случае у производителя и поставщиков сохраняется неизменными большая часть основных фондов, сокращаются сроки и объемы подготовки производства, остается клиентура, привыкшая к изделию, и тому подобное. Модернизация требует высокой квалификации в первую очередь дизайнеров, ибо, если ограничиться только улучшением технических характеристик при малоощутимых изменениях дизайна и декора, то в итоге можно получить при старых внешних формах новую высокую цену. Сигналом к переходу на модернизированное изделие могут служить выявившиеся дефекты, а также статистика рынка. Примером модернизации изделия может служить модель ‘‘ВАЗ’‘ 2115 ‘‘Самара – 2’‘ как частично модернизированная ‘‘ВАЗ’‘ 21099 ‘‘Самара’‘.

Во–вторых, коренная модернизация изделий (по существу, их обновление). Здесь используются технологические возможности производителя и поставщиков, но, как правило, требуется значительное дооснащение производства. При этом изготовление новых узлов (чаще всего в меньшей серийности) целесообразно организовывать при помощи уже имеющегося агрегатного или специального оборудования, обрабатывающих центров и тому подобное. Но, естественно, с использованием новой оснастки. Прием этот достаточно широко известен. Самые интересные результаты были в свое время получены на ‘‘ВАЗе’‘. Там при создании автомобиля ‘‘ВАЗ’‘–2121 ‘‘Нива’‘ в ее конструкцию вошло свыше 90% из числа наиболее фондоемких механических элементов серийных автомобилей. И при новом кузове (‘‘Нива’‘ в то время была первым в мире внедорожником с несущим кузовом), тоже унифицированном по ряду дорогостоящих элементов интерьера с серийными моделями. В результате при относительно небольшой модернизации производства ‘‘ВАЗ’‘ начал выпускать, по сути, машину, не имевшую в ту пору аналогов в мировой практике. Поэтому на западных рынках она шла вне конкуренции, пользовалась большим и все возрастающим спросом: требования дилеров увеличить поставки шли непрерывно.

В третьих, это создание суверенными государствами – бывшими республиками СССР акционерных обществ, которые могли бы взять на себя ряд функций по сохранению и развитию легковой автомобильной отрасли. К таким функциям относятся разработка программ национального развития автомобилестроения, определение номенклатуры автотранспортных средств и потребности в них, оценка экономической целесообразности создания их производства, сохранение и развитие кооперационных связей, организация совместных производств и совместных научно–исследовательских и опытно–конструкторских работ, поиск инвесторов для проведения разработок и организации выпуска отдельных изделий. Такая работа уже началась на Волжском автозаводе и успешно работает.

Серьезной возможностью оживления производственно–коммерческой деятельности для производителей автомобилей могут быть, в четвертых, кооперационные связи с родственными зарубежными фирмами или их поставщиками, осуществляемые на коммерческих началах. При этом речь должна идти в первую очередь о повышении своего экспортного потенциала, то есть главной задачей автомобилестроения России. Причем здесь не только не исключается, а наоборот, даже приветствуется взаимодействие и в форме совместных предприятий. Хотя, как показал опыт, расчет на иностранные инвестиции, которые ‘‘хлынут’‘ к нам, обеспечивая изобилие качественных товаров, оказался явно несостоятельным (вместо ожидавшегося, совершенно противоестественного для Запада, но исторически характерного для нас чисто русского альтруизма мы натолкнулись на прагматизм, настороженность, а иногда и враждебность). Целесообразен и лизинг, однако нельзя забывать, что он – удовольствие недешевое. Особенно, если речь идет не о дооснащении отдельных операций, а о создании комплектных мощностей, что требует, как известно, особо высокой организационной четкости.

Должны получить развитие мелкие отечественные производственные подразделения, отделившиеся от основного предприятия в самостоятельные (производство мелких серий экспериментальных моделей, некоторых комплектующих, проведение ‘‘тюнинга’‘ (доработки) отечественных автомобилей). Причем обязательным условием их самостоятельности и долговечного успеха может быть только соблюдение этических норм (проще говоря, работа на чистоплотных началах). Примеры таких фирм уже есть – фирма ПСА ‘‘Бронто’‘ является дочерним предприятием Волжского автозавода, занимается выпуском мелких партий длиннообразной ‘‘Нивы’‘, фирма ‘‘Лада Инжиниринг’‘, занимающаяся доводкой вазовских переднеприводных автомобилей (семейство ‘‘Самар’‘ – ‘‘ВАЗ’‘ 2108, 2109, 21099 и 2115, а также ‘‘десятое’‘ семейство – ‘‘ВАЗ’‘ 2110, 2111, 2112), фирма ‘‘НижегородсМоторс’‘, которая занимается установкой на автомобили ‘‘Волга’‘ трансмиссии, ходовой части и двигателей ‘‘Тойота’‘. В городе Энгельсе Саратовской области работает фирма ‘‘РТКЦ ГАЗ АТО’‘, которая помимо осуществления функций дилера Горьковского автозавода и технического центра по ремонту газовских автомобилей также занимается установкой на автомобили ‘‘Волга’‘ силовые агрегаты ‘‘Ровер’‘.

Автозаводы России располагают вполне дееспособным парком оборудования, в том числе вполне современного и еще не устаревшего, эффективно действующей системой его обслуживания и ремонта, мощными службами подготовки и обеспечения производства, наконец, значительным парком демонтированного специального и агрегатного оборудования и собственными станкостроительными цехами. Кроме того, практически все предприятия имеют опыт технологической модернизации. То есть у них есть все, чтобы полагаться в основном на самое надежное – собственные силы.

Рассмотренные выше меры, разумеется, не исчерпывают всех возможных. Но они, безусловно, входят в число тех, которые позволят поднять объемы производства, загрузить персонал, создать определенные предпосылки для последующего роста. Однако требуемых темпов развития производства автомобилей они не обеспечат. Для этого нужны инновационные, притом масштабные меры. Они неизбежны, если мы хотим занять достойное место в ряду развитых стран.

# Список основных информационных источников

При написании дипломной работы были использованы следующие информационные источники:

1. Синцеров ЛМ /Отечественная автомобильная промышленность в эпоху перемен/ газета География №8/1998 год

2. Синцеров ЛМ /История отечественной автомобильной промышленности/ газета География в школе №1/1995 год

3. Периодическое издание Авто Ревю №1/1996 год – №4/2001 год:

**www.autorev.ru** и **www.autoreview.ru**

4. Периодическое издание Пятое Колесо №1/1996 год – №3/2000 год:

**www.5koleso.spb.ru**

5. Периодическое издание За Рулем №1/1993 год – №2/2001 год:

**www.auto.zr.ru**

6. Периодическое издание Клаксон №1/1995 год – №1/2001 год:

E-Mail:Klaxon@Dol.ru

7. Периодическое издание Авто Мир №1/1995 год – №8/2001 год

8. Периодическое издание БМВ Мэгэзин №3/1999 год:

E-Mail:BMW-Magazin@hcis.de

9. Периодическое издание Авто Калейдоскоп №1/1994 год – №1/1999 год

10. Российский статистический ежегодник, Москва, 1996 год

11. Интернет–сайт АО АвтоВАЗ: **www.autovaz.ru** и **www.vaz.ru**

12. Интернет–сайт АО АвтоГАЗ: **www.gaz.ru**

13. Интернет–сайт АО ИжМашАвто: **www.izhmash.ru**

14. Интернет–сайт АО Москвич: **www.azlk.ru**

15. Интернет–сайт АО АвтоУАЗ: **www.uaz.ru**

16. Интернет–сайт агенства АСМ–Холдинг: **www.asm–holding.ru**

17. Интернет–сайт агенства РосБизнесКонсалтинг: **www.rbc.ru**

18. Интернет–сервер автомобильной газеты Авто Город:

**www.autocity.com**

19. Интернет–автосалон: **http://www.cars.whattodo.ru**

20. Автомобильная страница глобальной поисковой интернет–системы

Яндекс: **www.yandex.ru/yaca/c348**–**0**–**0**–**0**–**0=3.html**

21. Сервер агентства интернет–обозрений: **www.obzor.ru**

# Приложение А Производство легковых автомобилей в России за 1999 и 2000 годы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Предприятие–изготовитель, модель** | **2000** | **1999** | **Темп (%)** |
| ***Российская Федерация (всего)*** | 968955 | 954020 | 101.6 |
| АМО ‘‘ЗИЛ’‘, Москва | 8 | 11 | 72.7 |
| ОАО ‘‘АвтоГАЗ’‘, Нижний Новгород | 116319 | 125468 | 92.7 |
| *В том числе:* ‘‘ГАЗ’‘ 3102 | 11432 | 14668 | 77.9 |
| ‘‘ГАЗ’‘ 3110 | 104834 | 110818 | 94.6 |
| ‘‘ГАЗ’‘ 3111 | 53 | – | – |
| ОАО ‘‘КамАЗ’‘, Набережные Челны (‘‘ЗМА’‘) | 33561 | 28002 | 119.9 |
| ОАО ‘‘АвтоВАЗ’‘, Тольятти | 705561 | 677687 | 104.1 |
| *В том числе:* ‘‘ВАЗ’‘ 21043 | 54646 | 53153 | 102.8 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21053 | 35123 | 56029 | 62.7 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2106 | 63491 | 82547 | 76.9 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2107 | 108302 | 92131 | 117.6 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2108 | 14673 | 18305 | 80.2 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2109 | 69861 | 85560 | 81.7 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21099 | 105336 | 97100 | 108.5 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2110 | 91002 | 100700 | 90.4 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21213 | 66566 | 65065 | 102.3 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2103 | 21335 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2111 | 35960 | 14997 | 239.8 |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Предприятие–изготовитель, модель** | **2000** | **1999** | **Темп (%)** |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2112 | 13581 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2115 | 14225 | – | – |
| Опытное производство ‘‘АвтоВАЗа’‘ с роторно – поршневыми двигателями | 40 | 44 | 90.9 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2131 | 3480 | 5246 | 66.3 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2112 | 50 | 26 | 192.3 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21103 | – | 169 | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 1706 | 33 | 35 | 94.3 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2114 | 14 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2111 | 2 | 481 | 0.4 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21111 | – | 503 | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2115 | 3725 | 5091 | 73.2 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2120 | 1131 | 251 | 450.6 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21045 | 683 | 254 | 268.9 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21213 | 1 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21312 | 2293 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 2123 | 5 | – | – |
| ‘‘ВАЗ’‘ 21314 | 3 | – | – |
| ОАО ПСА ‘‘Бронто’‘, Тольятти | 1000 | 814 | 122.9 |
| *В том числе:* ‘‘ВАЗ’‘ 212182 | 121 | 188 | 64.4 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 212180 | 748 | 505 | 148.1 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 212183 | 21 | 4 | 525.0 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 1922 | 102 | 69 | 147.8 |
| ‘‘ВАЗ’‘ 212180–И | 8 | 48 | 16.7 |
| ОАО ‘‘АвтоУАЗ’‘, Ульяновск | 40250 | 38686 | 104.0 |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Предприятие–изготовитель, модель** | **2000** | **1999** | **Темп (%)** |
| *В том числе:* ‘‘УАЗ’‘ 31512 | 11542 | 12102 | 95.4 |
| ‘‘УАЗ’‘ 31514 | 20620 | 15096 | 136.6 |
| ‘‘УАЗ’‘ 31519 | 4815 | 9431 | 51.5 |
| ‘‘УАЗ’‘ 3153 | 826 | 833 | 99.2 |
| ‘‘УАЗ’‘ 31601 | 1765 | 1026 | 172.0 |
| ‘‘УАЗ’‘ 3151 | 586 | 189 | 310.1 |
| ‘‘УАЗ’‘ 3159 ‘‘Барс’‘ | 95 | 8 | 1187.5 |
| ‘‘УАЗ’‘ 31517 | 1 | 1 | 100 |
| ОАО ‘‘СеАЗ’‘, Серпухов | 16304 | 14000 | 116.5 |
| *В том числе:* ‘‘ВАЗ’‘ 11113 ‘‘Ока’‘ | 8166 | 9858 | 82.8 |
| ‘‘СеАЗ’‘ 11113–01 ‘‘Ока’‘ для инвалидов | 818 | 665 | 122.7 |
| ‘‘СеАЗ’‘ 11113–02 ‘‘Ока’‘ для инвалидов | 7322 | 3477 | 210.6 |
| АО ‘‘ИжМашАвто’‘, Ижевск | 13702 | 4756 | 288.1 |
| *В том числе:* ‘‘ИЖ’‘ 21412 | 1 | 151 | 0.7 |
| ‘‘ИЖ’‘ 2126 | 13149 | 4470 | 294.2 |
| ‘‘ИЖ’‘ 27156 | 552 | 83 | 665.1 |
| ‘‘ИЖ’‘ 21251 ‘‘Комби’‘ | – | 2 | – |
| ‘‘ИЖ’‘ 21213 | – | 50 | – |
| АО ‘‘Москвич’‘ | 5543 | 30000 | 18.5 |
| ЗАО ‘‘АвтоТОР’‘, Калининград | 2814 | 977 | 288.0 |
| ООО ‘‘РосЛада’‘, Самарская обл. | 31941 | 24159 | 132.2 |
| АОЗТ ‘‘Химэксмаш’‘, Саратовская обл. | – | 73 | – |
| ООО ‘‘ЕлАЗ’‘, Елабуга | 192 | 277 | 69.3 |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Предприятие–изготовитель, модель** | **2000** | **1999** | **Темп (%)** |
| ОАО ‘‘ТагАЗ’‘, Ростовская обл. | 298 | 9034 | 3.3 |
| ДУП ‘‘Завод коробок передач ОМП имени Тарасова’‘, Омская обл. | 141 | – | – |
| ЗАО ‘‘Супер–Авто’‘, Самара | 390 | 58 | 672.4 |
| ООО ‘‘Лада–Тул’‘, Самарская обл. | 931 | – | – |

Источник – база данных ‘‘АСМ–Холдинг’‘: **www.asm-holding.ru**

# Приложение В Список основных дилеров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Абсолют–Сервис–плюс’‘ |
| Тольятти | ТОО ПКФ ‘‘Август’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АВТО–1’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АВТОБЛОК’‘ |
| Тольятти | ОАО ‘‘АвтоВАЗрембыттехника’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Авто–Д’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Автозаводская СТО’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Автокапитал плюс’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Автолайт Лтд’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Авто–Маркет’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Автомобили–Люкс’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Автомобилист–Сервис’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АвтопромЛада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Авторемсервис’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘АвтоСмартСервис’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Автоснабзапчасть’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Авто–Стиль’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АвтоТехна ЛТД’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АВТОТРАСТ’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Авто–Хит’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Авто–Холдинг’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Автоцентр Русь’‘ |
| Тольятти | ОАО ‘‘Автоцентр–Тольятти–ВАЗ |
| Тольятти | ООО ‘‘Агентство Тамара Олеговна +’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АгроЛадаСервис’‘ |
| Тольятти | ЗАО ПКП ‘‘Алдис–Лада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АМ–Компани’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Апрель–Зет’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘АСБ–Трейдинг’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Тольятти | ООО ‘‘А–сервис’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘АСС’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Аура’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ББС’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Берн’‘ |
| Тольятти | ТОО ПКФ ‘‘Бетта’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Бизнес–Лада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Бизнес–Приват’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘ВАЗинтерсервис’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘ВАЗинтерсервис–снаб’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Вектор–Авто’‘ |
| Тольятти | ООО ТК ‘‘Викинги’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Волга–Гарант–Холдинг’‘ |
| Тольятти | ЗАО ТПАЦ ‘‘Волга–Сервис’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Восток–Лада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Грин–Авто’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘ГросАвто’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Гросс’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Гэбриел’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Дарс’‘ |
| Тольятти | ТОО ‘‘Деймос’‘ |
| Тольятти | ТОО ‘‘Деталекс’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Диал–Компани’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘ЕвроАльянс’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ИжТолмет’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘ИКИ’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Империя–Лада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Инкомцентр’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Инсаюр’‘ |
| Тольятти | ООО ПКФ ‘‘Ирена’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Тольятти | ООО ТТСЦ ‘‘Итал–Холод’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Кардинал’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Кассадо’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Каштан’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Компания МКТС’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Комсомольская СТО’‘ |
| Тольятти | ТОО ‘‘Крис’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Кристина’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Крумб–Сервис’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Лада–Атлант’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Лада–Брокер’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Лада–Дизайн’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Лада–Инвест–Авто’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Лада–Интер–Сервис’‘ |
| Тольятти | ЭШБ ‘‘Лада–Консул’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Лада–Ленд’‘ |
| Тольятти | ООО ТК ‘‘Лада–Маркет’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Лада–Мононор’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Лада–Транзит–СД’‘ |
| Тольятти | ООО фирма ‘‘Лада–Форвард’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Ладья’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ЛВД’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Ликана’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Магус’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Май–ЛТД’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Маком–Авто’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Металл и К’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Мнение’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Нильде Иотте’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Перспектива’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Полад’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Тольятти | ООО ‘‘Поликон’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Премьера’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Премьера–ВИТ’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Протей’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Реал–Лада’‘ |
| Тольятти | ТОО ‘‘РОНА’‘ |
| Тольятти | ООО ППФ ‘‘Роско’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘РОС–Нива’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Россы’‘ |
| Тольятти | ОАО ФСК ‘‘Самарская ‘‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Система Альфа’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Слафт’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Совер’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Сотис–Волга’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Спар’‘ |
| Тольятти | ООО НПФ ‘‘СпецАвто’‘ |
| Тольятти | ОАО ‘‘Ставрополь Агро Транс’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘СТО Центральная’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘СтройМонтажИндустрия’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘СтройСнабИндустрия’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Талг–Авто’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Тольяттинская автомоб. компания’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Тольяттинские автомобили’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ТоргМаш’‘ |
| Тольятти | ЗАО ‘‘Трансмашсервис’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ТрансФор’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Триада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Тулен’‘ |
| Тольятти | НПК ЗАО ‘‘Универсал’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Фор–Авто’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Цезарь’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Тольятти | ООО ‘‘Экспресс–Нива–Центр’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Эллада’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Эльма’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘Энтерпрайз’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ЮККА’‘ |
| Тольятти | ООО ‘‘ЮЛС’‘ |
| Адлер | ОАО ‘‘Сочи–Лада’‘ |
| Ангарск | ЗАО ‘‘Автомобили’‘ |
| Ангарск | ТОО ПКФ ‘‘Техресурс’‘ |
| Астрахань | ОАО ТД ‘‘Астра–Лада’‘ |
| Астрахань | АО ‘‘Астрахань–Лада’‘ |
| Астрахань | ЗАО ‘‘ЛадаБрокер–Астрахань’‘ |
| Балашиха (Московская обл.) | ОАО ‘‘Балашиха–Лада’‘ |
| Барнаул | ОАО ‘‘Алтай–Лада’‘ |
| Белгород | ОАО ‘‘Белгород–Лада’‘ |
| Бердск (Новосибирская обл.) | ООО ‘‘Сок’‘ |
| Биробиджан | ОАО ‘‘Биробиджан–Лада’‘ |
| Благовещенск | ОАО ‘‘Амур–Лада’‘ |
| Брянск | ОАО ‘‘Брянск–Лада’‘ |
| Великий Новгород | ОАО ‘‘Новгород–Лада’‘ |
| Владивосток | ОАО ‘‘Даль–Лада’‘ |
| Владикавказ | ОАО ‘‘Владикавказ–Лада’‘ |
| Волгоград | ООО ‘‘ЮГАВТО’‘ |
| Вологда | ЗАО ‘‘АвтоВАЗ–салон’‘ |
| Вологда | ОАО ‘‘Север–Лада’‘ |
| Воскресенск (Московская обл.) | ОАО ‘‘Воскресенск–Лада’‘ |
| Грозный | АО ‘‘Грозный–Лада’‘ |
| Димитровград (Ульяновская обл.) | ООО ‘‘Мика–Моторс’‘ |
| Екатеринбург | ТОО ‘‘ДДТ’‘ |
| Екатеринбург | ОАО ‘‘Екатеринбург–Лада’‘ |
| Екатеринбург | АООТ ‘‘Екатеринбургское–такси’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Екатеринбург | ООО ‘‘Момент–Авто’‘ |
| Екатеринбург | ООО ‘‘На Ясной’‘ |
| Екатеринбург | ООО ‘‘Сагитта–Моторс’‘ |
| Жигулевск | ООО ‘‘ЛБ–Жигулевск’‘ |
| Жигулевск | ООО ‘‘Жигулевск–Лада’‘ |
| Зеленоград (Московская обл.) | ОАО ‘‘Зеленоград–Лада’‘ |
| Иваново | ОАО ‘‘Иваново–Лада’‘ |
| Иваново | АО ‘‘РИАТ’‘ |
| Ижевск | ОАО ‘‘Иж–Лада’‘ |
| Иркутск | ОАО ‘‘Байкал–Лада’‘ |
| Йошкар–Ола | ОАО ‘‘Марий–Эл–Лада’‘ |
| Казань | ОАО ‘‘Булгар–АвтоВАЗ’‘ |
| Калуга | ОАО ‘‘Камо–Лада’‘ |
| Калуга | ООО ‘‘Мотор–Сервис К’‘ |
| Канск (Красноярский кр.) | ДО ‘‘Канск–Лада’‘ |
| Каспийск | ОАО ‘‘Каспий–Лада’‘ |
| Кемерово | ОАО ‘‘Кемерово–Лада–Сервис’‘ |
| Кемерово | Областной совет ‘‘РОСТО’‘ |
| Киров | ОАО ‘‘Киров–Лада’‘ |
| Комсомольск–на–Амуре | ОАО ‘‘Комсомольск–Лада–Сервис’‘ |
| Кострома | ОАО ‘‘Кострома–Лада–сервис’‘ |
| Краснокаменск Читинской | ДОАО ‘‘Жигули’‘ |
| Краснодар | ОАО ‘‘Кубань–Лада’‘ |
| Красноярск | ООО Автосалон |
| Красноярск | Автосалон ‘‘Ваш выбор’‘ |
| Красноярск | ОАО ‘‘Красноярск–Лада’‘ |
| Красноярский кр. (п.Березовка) | ООО ‘‘Крас–Авто’‘ |
| Красноярск | ЗАО ТД ‘‘Снежинка’‘ |
| Красный Яр (Самарская обл.) | ООО фирма ‘‘Урал–Лада’‘ |
| Курган | ОАО ‘‘Курган–Лада’‘ |
| Курск | ОАО ‘‘Курск–Лада’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Лермонтов (Ставропольский кр.) | ОАО ‘‘КавВАЗинтерсервис’‘ |
| Липецк | ОАО ‘‘Липецк–Лада’‘ |
| Луховицы (Московская обл.) | ОАО ‘‘Луховицы–Лада’‘ |
| Магадан | АО ‘‘Магадан–Лада’‘ |
| Магнитогорск | ОАО ‘‘Маг–Лада’‘ |
| Майкоп (Республика Адыгея) | ОАО ‘‘Адыгея–Лада’‘ |
| Мончегорск (Мурманская обл.) | ООО ПКФ ‘‘АВТОТЕХСЕРВИС’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘АвтоКонтракт’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘Автомобильная торговая компания’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘Арлан–СБ’‘ |
| Москва | ОАО ‘‘Валео–Авто’‘ |
| Москва | ООО фирма ‘‘Восток–Авто’‘ |
| Москва | ОАО ‘‘Гагарин–Лада’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Гарант–Мастер+’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Диконт’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Инком–Импорт’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘Лада–Инженеринг’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘Лада–Фаворит’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Роскон’‘ |
| Москва | ОАО ‘‘Северянин–АвтоВАЗ’‘ |
| Москва | ЗАО ПКФ ‘‘СИМ’‘ |
| Москва | ОАО ‘‘Строгино–Лада’‘ |
| Москва | ЗАО ‘‘Тадем’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Тасс+’‘ |
| Москва | ООО фирма ‘‘Техком ЛТД’‘ |
| Москва | ООО ‘‘Траверс–М’‘ |
| Москва | ООО ‘‘ЧЕБИЗ’‘ |
| Москва | ЗАО ПКФ ‘‘Юнал’‘ |
| Мурманск | ОАО ‘‘Норд–Лада’‘ |
| Муром (Владимирская обл.) | ЗАО ‘‘Муромавтосервис’‘ |
| Набережные Челны | ООО ПФ ‘‘Транстехсервис’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Нальчик | ОАО ‘‘Нальчик–АвтоВАЗ’‘ |
| Нефтекамск | ИЧП ‘‘Интеграл’‘ |
| Нижнекамск | ОАО ‘‘Нижнекамск–Лада–Сервис’‘ |
| Нижний Новгород | ОАО ‘‘Ока–Лада’‘ |
| Нижний Новгород | ООО ФК ‘‘РосАвто’‘ |
| Новокузнецк | ОАО ‘‘Кузбасс–Лада’‘ |
| Новосибирск | ОАО ‘‘Новосибирск–Лада’‘ |
| Новочебоксарск | ОАО ‘‘Чебоксары–Лада’‘ |
| Норильск | ОАО ‘‘Норильск–Лада’‘ |
| Обнинск (Калужская обл.) | ОАО ‘‘Авто–Сервис’‘ |
| Октябрьский (Башкортостан) | ОАО ‘‘ЛадаСервис–Комплект’‘ |
| Октябрьский (Башкортостан) | ОАО ‘‘ОКТОВАЗ’‘ |
| Омск | ОАО ‘‘Омск–Лада’‘ |
| Орел | ОАО ‘‘Орел–Лада’‘ |
| Оренбург | ООО ХК ‘‘Волна’‘ |
| Оренбург | ОАО ‘‘Оренбург–Лада’‘ |
| Оренбург | ОАО ‘‘Оренбургоблавтотехобслуживание’‘ |
| Оренбургская обл. | ООО ‘‘ЮКС’‘ |
| Пенза | ОАО ‘‘Сура–Лада’‘ |
| Пермь | ООО ‘‘Машинный двор’‘ |
| Пермь | ОАО ‘‘Прикамье–Лада’‘ |
| Пермь | ООО ‘‘Экс Авто’‘ |
| Петрозаводск | ОАО ‘‘Петрозаводск–Лада’‘ |
| Подольск (Московской обл.) | ООО ‘‘КЭМП–Подольск’‘ |
| Псков | ОАО ‘‘Псков–Лада’‘ |
| Ростов–на–Дону | ОАО ‘‘Ростов–Лада’‘ |
| Рязань | ОАО ‘‘Рязань–Лада’‘ |
| Сальск | ОАО ‘‘Сальск–Лада’‘ |
| Самара | ТОО ‘‘Авто–Волга–Сервис’‘ |
| Самара | ООО ‘‘АРГО–Ф’‘ |
| Самара | ИЧП ‘‘Гэмбл’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Самара | ООО ‘‘Детство’‘ |
| Самара | ООО фирма ‘‘КОРД’‘ |
| Самара | ТОО ‘‘КС–Центр’‘ |
| Самара | ООО МП ‘‘Меркурий’‘ |
| Самара | ООО фирма ‘‘Навигатор’‘ |
| Самара | ООО ‘‘Нива–Авто’‘ |
| Самара | ОАО ‘‘Самара–Лада’‘ |
| Самара | ООО ‘‘Самара–Лада–Авто’‘ |
| Самара | ТОО ПКФ ‘‘Самарец’‘ |
| Самара | ЗАО ‘‘Самарские автомобили’‘ |
| Самара | ООО ТД ‘‘Солли’‘ |
| Санкт Петербург | ООО ‘‘All Motors’‘ |
| Санкт Петербург | ООО ‘‘Скарт–ЛТД’‘ |
| Саранск | ОАО ‘‘Саранск–Лада’‘ |
| Саяногорск | ‘‘Предприниматель Ковтун В.В.’‘ |
| Северодвинск | ОАО ‘‘Двина–Лада’‘ |
| Смоленск | ОАО ‘‘Смоленск–Лада’‘ |
| Ставрополь | ОАО ‘‘Ставрополь–Лада’‘ |
| Стерлитамак | МУП ‘‘Автосервис’‘ |
| Сургут (Тюменская обл.) | ЗАО ‘‘Невада–Гросинг’‘ |
| Сызрань (Самарская обл.) | ЗАО ‘‘Сызранская СТО’‘ |
| Сыктывкар | ООО ‘‘Овен–Авто’‘ |
| Тамбов | ОАО ‘‘Тамбовагропромкомплект’‘ |
| Тамбов | ОАО ‘‘Тамбов–Лада’‘ |
| Тверь | ООО ТСТТ ‘‘Москвич’‘ |
| Томск | ОАО ‘‘Омега–Лада’‘ |
| Томск | ОАО ‘‘Томь–Лада’‘ |
| Тула | ООО ‘‘Автокласс’‘ |
| Тула | ООО ‘‘Тульский автомобильный рынок’‘ |
| Тюмень | ОАО ‘‘ТюменьАВТОВАЗ’‘ |
| Улан–Удэ | ОАО ‘‘Улан–Удэ–Лада’‘ |

Продолжение таблицы

|  |  |
| --- | --- |
| **Город** | **Фирма** |
| Ульяновск | ОАО ‘‘Симбирск–Лада’‘ |
| Уфа | ЗАО ‘‘ТОСКО’‘ |
| Ухта (Республика Коми) | ОАО ‘‘Ухта–Лада’‘ |
| Химки (Московская обл.) | ОАО ‘‘Химки–ВАЗ’‘ |
| Челябинск | ОАО ‘‘Челябинск–Лада’‘ |
| Череповец (Вологодская обл.) | ОАО ‘‘Северсталь–Инвест’‘ |
| Череповец–Лада (Вологодск.обл.) | ОАО ‘‘Череповец–Лада’‘ |
| Черногорск | ОАО ‘‘Абакан–Лада’‘ |
| Чехов (Московская обл.) | ИЧП ПКФ ‘‘Весна’‘ |
| Чехов (Московская обл.) | ОАО ‘‘Чехов–Лада’‘ |
| Чита | ОАО ‘‘ЧитасервисЛада’‘ |
| Шадринск (Курганская обл.) | ОАО ‘‘Шадринск–АвтоВАЗ’‘ |
| Щекино (Тульская обл.) | ОАО ‘‘Щекино–Лада’‘ |
| Элиста | ОАО ‘‘Элиста–Лада’‘ |
| Элиста | ЗАО ‘‘Татарская транспортная компания’‘ |
| Южно–Сахалинск | ОАО ‘‘Сахалин–Лада’‘ |
| Якутск | ОАО ‘‘Якутск–Лада’‘ |
| Ярославль | ОАО ‘‘ЯрЛадасервис’‘ |
| Яхрома (Московская обл.) | ОАО ‘‘Яхрома–Лада’‘ |

Источник – интернет–сайт АО ‘‘АвтоВАЗ’‘: **www.vaz.ru**

# Приложение С Список лучших поставщиков АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ по итогам работы за 2000 год.

|  |
| --- |
| **Поставщики резино–технических, неметаллических и пластмассовых изделий.** |
| ЗАО ‘‘Уралэластотехника’‘ город Екатеринбург |
| ООО фирма ‘‘Кристи’‘ город Тольятти |
| ЗАО СП ‘‘Матадор–Омскшина’‘ город Омск |
| ОАО ‘‘Пластик’‘ город Узловая |
| ЗАО ‘‘Кинельагропласт’‘ город Кинель |
| АООТ ‘‘Ливныпластик’‘ город Ливны |
| ЗАО ‘‘Химформ’‘ город Балаково |
| ЗАО ‘‘КА–2’‘ город Тольятти |
| ЗАО ‘‘Пластик’‘ город Снежинск |
| ЗАО ‘‘Росава’‘ город Белая Церковь |
| НПК ‘‘Резерв’‘ город Самара |
| ЗАО ‘‘Полад’‘ город Тольятти |
| ОАО ‘‘Нижнекамскшина’‘ город Нижнекамск |
| ОАО ‘‘Электростальский химико–механический Завод’‘ город Электросталь |
| ОАО ‘‘Балаковорезинотехника’‘ город Балаково |
| АО ‘‘Фритекc’‘ город Ярославль |
| ОАО ‘‘Пластик’‘ город Сызрань |

Продолжение таблицы

|  |
| --- |
| **Поставщики электроизделий и электроники.** |
| ОАО ‘‘Автоэлектроника’‘ город Калуга |
| АО ‘‘Радиодеталь’‘ поселок Зубова Поляна |
| СП ‘‘БОШ–Саратов’‘ город Энгельс |
| ЗАО ‘‘ПЭС/СКК’‘ город Самара |
| ДУП СЭМЗ город Самара (Самарский Электромеханический Завод) |
| ЗАО ‘‘ЗэиМ–Лайн–Авто’‘ город Чебоксары |
| ЗАО ПКК ‘‘Автокомплект’‘ город Чебоксары |
| НПП ‘‘АВТЭЛ’‘ город Калуга |
| ЗАО ‘‘Геркон–Авто’‘ город Рязань |
| ООО ‘‘Аутомотив Лайтинг’‘ город Рязань |
| ПО ‘‘Электросвет’‘ город Батайск |
| ПО ‘‘Стрела’‘ город Оренбург |
| ООО ‘‘Самараавтожгут’‘ город Самара |
| ООО ‘‘Кабельный завод’‘ город Каменец–Подольский Украина |
| АО ‘‘Счетмаш’‘ город Курск |
| ЗАО ‘‘ИСТА’‘ город Днепропетровск |

Продолжение таблицы

|  |
| --- |
| **Поставщики металлоизделий.** |
| ОАО ‘‘ВПЗ–15’‘ город Волжский (Волжский подшипниковый завод) |
| АО ‘‘ДЗПЦ’‘ город Даугавпилс |
| ЗАО ‘‘ЦЕПИ’‘ город Киров |
| ЗАО ‘‘Салют–фильтр’‘ город Самара |
| ОАО ‘‘СПЗ’‘ город Самара |
| ЗАО ‘‘ОРЛЭКС’‘ город Орел |
| АО ‘‘20ПЗ’‘ город Курск |
| АО ‘‘Энерготехмаш’‘ город Жигулевск |
| ОАО ‘‘СПЗ’‘ город Саратов (Саратовский подшипниковый завод) |
| ОАО ‘‘ЗСП’‘ город Самара (Самарский подшипниковый завод) |
| ОАО ‘‘ЗМЗ’‘ город Заволжье |
| ДО ОАО ‘‘Нормаль’‘ рабочий поселок Шатки |
| АП ‘‘МПЗ’‘ город Минск |
| ООО ‘‘Автокомплект’‘ город Белебей |
| ЗАО ‘‘ВПЗ’‘ город Вологда |

Источник – интернет–сайт АО ‘‘АвтоВАЗ’‘: **www.vaz.ru**

# Приложение D Календарь знаменательных дат АО ‘‘АвтоВАЗ’‘

|  |
| --- |
| Январь |
| 05.01.1993 |
| Госкомитет Российской Федерации по управлению государственным имуществом принял решение об учреждении акционерного общества открытого типа ‘‘АвтоВАЗ’‘. |
| 14.01.1967 |
| Вынут первый ковш грунта под первый объект Волжского автозавода – корпус вспомогательных цехов. |
| ***Февраль*** |
| 06.02.1971 |
| Сдан в эксплуатацию главный корпус ‘‘ВАЗа’‘. |
| 22.02.1987 |
| В Парке Победы заложена аллея воинов – интернационалистов. |
| ***Март*** |
| 13.03.1989 |
| Внешнеторговому объединению ‘‘АвтоЛАДА’‘ присужден международный приз совета торговых руководителей ‘‘Трейд Лидерз Клаб’‘ за выход на ведущие позиции в торговле и вклад в развитие национальной экономики африканских стран. |
| 03.03.1996 |
| Хоккеисты тольяттинской ‘‘Лады’‘ в год тридцатилетия своего клуба и тридцатилетия ‘‘АвтоВАЗа’‘ стали двукратными чемпионами страны. |
| ***Апрель*** |
| 11–15.04.1996 |
| На инвестиционной выставке Технологии из России в Риме ‘‘АвтоВАЗ’‘ в своей экспозиции представил роторно–поршневой двигатель для малой авиации, который привлек особое внимание посетителей. |
| 19.04.1970 |
| На главном конвейере автозавода собрано шесть первых автомобилей ‘‘Жигули’‘. |

Продолжение таблицы

|  |
| --- |
| ***Май*** |
| 04.05.1966 |
| В Турине состоялось подписание протокол об участии итальянского автомобильного общества ‘‘Фиат’‘ в создании в Советском Союзе промышленного комплекса предприятий по производству легковых автомобилей. |
| 12.05.1992 |
| Альпинисты ‘‘АвтоВАЗа’‘ совершили восхождение на Эверест. |
| 22.05.1996 |
| В СКП собран 250 товарный автомобиль ‘‘ВАЗ’‘ 2110 цвета ‘‘мурена’‘. |
| 28.05.1987 |
| Коллектив Волжского автомобильного завода удостоен приза ‘‘Золотой Меркурий’‘ за большой вклад в развитие производства и международного сотрудничества. Эта престижная награда присуждена ‘‘ВАЗу’‘ в третий раз. |
| ***Июнь*** |
| 06.06.1974 |
| Волжский автомобильный завод награжден международной премией ‘‘Ингерсол–рэнд’‘. Эта награда присуждается одноименной организацией (Италия). За создание крупнейших сооружений ставших символом нашей эпохи’‘. |
| 16.06.1980 |
| Золотая медаль 53 Международной ярмарки в Познани присуждена автомобилю ‘‘ВАЗ’‘ 2121 ‘‘Нива’‘. |
| 22.06.1996 |
| Состоялось третье собрание акционеров АО ‘‘АвтоВАЗ’‘. |
| ***Июль*** |
| 13.07.1971 |
| Создано Волжское объединение по производству легковых автомобилей (‘‘АвтоВАЗ’‘). |
| 20.07.1966 |
| Принято правительственное постановление о строительстве Волжского автомобильного завода. |

Продолжение таблицы

|  |
| --- |
| ***Август*** |
| 01.08.1972 |
| Создано производственное управление ‘‘АвтоВАЗтехобслуживание’‘. |
| 01.08.1995 |
| Собран шестнадцатимиллионный автомобиль. |
| 09.08.1969 |
| Вышел первый номер заводской газеты ‘‘Волжский автостроитель’‘. |
| 15.08.1966 |
| Заключено генеральное соглашение о сотрудничестве в разработке конструкции автомобиля, проекта автозавода и его строительства в СССР между Министерством внешней торговли СССР и акционерным обществом ‘‘Фиат’‘. |
| ***Сентябрь*** |
| 08.09.1966 |
| Совет Министров СССР назначил зам. министра автомобильной промышленности Полякова В.Н. генеральным директором строящегося завода по производству легковых автомобилей в городе Тольятти. |
| 21.09.1971 |
| Создано управление по экспорту и внешним связям ‘‘ВАЗа’‘. |
| ***Октябрь*** |
| 05.10.1974 |
| Завод вышел на проектную мощность – 660 тысяч автомобилей в год. Каждые 22 секунды с главного конвейера завода сходит автомобиль, 2230 ‘‘Жигулей’‘ в сутки. |
| 06–16.10.1994 |
| На ‘‘Парижском автосалоне’‘ впервые было представлено семейство ‘‘десятых’‘ автомобилей. |

Продолжение таблицы

|  |
| --- |
| ***Ноябрь*** |
| 07.11.1973 |
| Авторский коллектив архитекторов и инженеров – строителей новых жилых районов города Тольятти удостоен Государственной премии СССР. |
| 19.11.1973 |
| Открылся Тольяттинской центр технического обслуживания и ремонта ‘‘Жигулей’‘ – первый в ряду предприятии фирменной сети автосервиса. |
| ***Декабрь*** |
| 01.12.1967 |
| Состоялась первая профсоюзная конференция работников строящегося Волжского автозавода. |
| 16.12.1996 |
| Принято в эксплуатацию высотное знание заводоуправления. |
| 20.12.1973 |
| Завод награжден орденом Трудового Красного Знамени. |

Источник – пресс–центр АО ‘‘АвтоВАЗ’‘: **www.autovaz.ru**

# Приложение Е Цены на автомобили ‘‘ВАЗ’‘ в максимальной комплектации на апрель 2001 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Модель** | **Двигатель** | **Отпускная цена** |
| 21043 | Карбюратор, 1.5 л | 83820 |
| 21043–03 | Карбюратор, 1.5 л | 85020 |
| 21053 | Карбюратор, 1.5 л | 77978 |
| 21060 | Карбюратор, 1.6 л | 81426 |
| 21061 | Карбюратор, 1.5 л | 81265 |
| 21065 | Карбюратор, 1.5 л | 85000 |
| 21070 | Карбюратор, 1.5 л | 83056 |
| 21074 | Карбюратор, 1.6 л | 83287 |
| 21083 | Карбюратор, 1.5 л | 112431 |
| 21083 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 120807 |
| 21093 | Карбюратор, 1.5 л | 112131 |
| 21093 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 121607 |
| 21099 | Карбюратор, 1.5 л | 121353 |
| 21099–04 | Карбюратор, 1.5 л | 132181 |
| 21099–24 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 126927 |
| 21099–23 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 134900 |
| 2110 | Карбюратор, 1.5 л | 146620 |
| 21102 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 147152 |
| 21103 | Впрыск, 16 клапанов, 1.5 л | 160619 |
| 21110 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 159417 |
| 21111 | Карбюратор, 1.5 л | 159100 |
| 21113 | Впрыск, 16 клапанов, 1.5 л | 167645 |
| 2112 | Впрыск, 16 клапанов, 1.5 л | 155450 |

Продолжение таблицы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Модель** | **Двигатель** | **Отпускная цена** |
| 21122 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 149800 |
| 2115 | Карбюратор, 1.5 л | 134960 |
| 2115 | Впрыск, 8 клапанов, 1.5 л | 143760 |
| 2120 | Карбюратор, 1.7 л | 167500 |
| 2120–20 | Карбюратор, 1.8 л | 169000 |
| 21213 | Карбюратор, 1.7 л | 101866 |
| 21214 | Впрыск, 8 клапанов, 1.7 л | 112339 |
| 2131 | Карбюратор, 1.7 л | 142330 |
| 21312 | Карбюратор, 1.8 л | 143375 |

Источник – интернет–сайт АО ‘‘АвтоВАЗ’‘: **www.vaz.ru**

# Приложение F Модельный ряд АО ‘‘АвтоВАЗ’‘ на 2001 год.





Первая модель ‘’Жигулей’‘ – ‘’ВАЗ’‘ 2101

‘’ВАЗ’‘ 2118 ‘’Калина’‘



‘’ВАЗ’‘ 2104

‘’ВАЗ’‘ 2106



‘’ВАЗ’‘ 2108 ‘’Самара’‘



‘’ВАЗ’‘ 2107



‘’ВАЗ’‘ 21099 ‘’Самара’‘

‘’ВАЗ’‘ 2109 ‘’Самара’‘



‘’ВАЗ’‘ 2110



‘’ВАЗ’‘ 21107 ‘’Ралли’‘



‘‘ВАЗ’‘ 21106

‘’ВАЗ’‘ 21109 ‘’Консул’‘



‘’ВАЗ’‘ 2111

‘’ВАЗ’‘ 21108 ‘’Премьер’‘



‘’Нива’‘ ‘’ВАЗ’‘ 2123

‘’ВАЗ’‘ 2112





Минивэн ‘’ВАЗ’‘ 2120 ‘’Надежда’‘

‘’ВАЗ’‘ 2115 ‘’Самара 2’‘



# Приложение G Карты

‘‘Нива’‘ ‘’ВАЗ’‘ 2131 (ПСА ‘’Бронто’‘)

‘‘Нива’‘ ‘’ВАЗ’‘ 21213

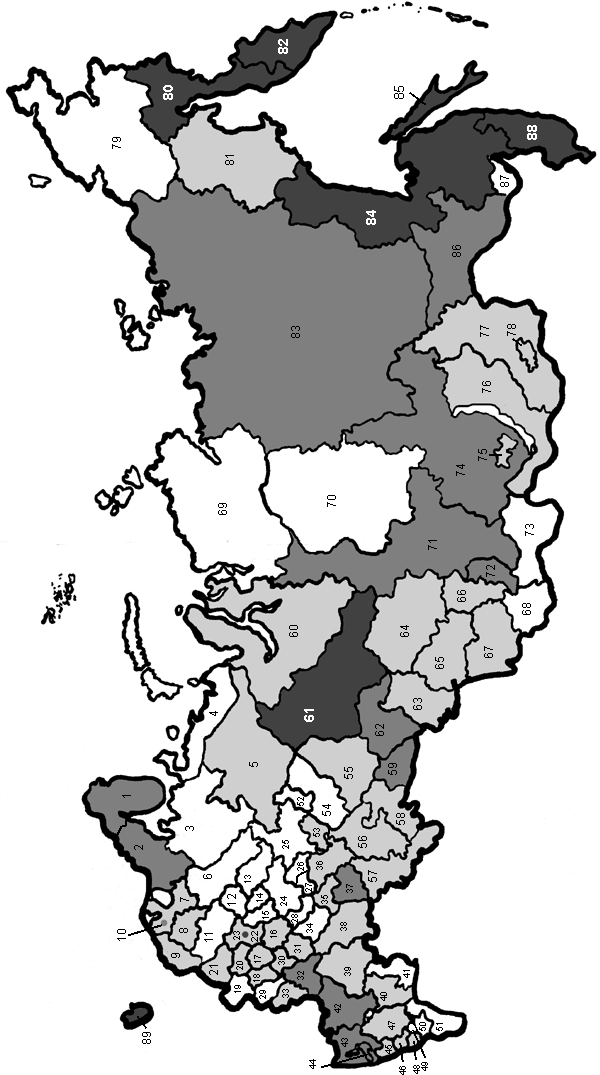


**Автомобильные заводы и автосборочные предприятия**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** |  | ‘‘Форд’‘ | | **9** |  | ‘‘Краснодонский завод автоагрегатов’‘ |
| **2** |  | ‘‘АвтоТОР’‘ | | **10** |  | ‘‘КрымавтоГАЗ’‘ |
| **2** |  | ‘‘АвтоТОР’‘ | | **11** |  | ‘‘Донинвест’‘ |
| **3** |  | ‘‘ЛуАЗ’‘ | | **12** |  | АМО ‘‘ЗИЛ’‘ |
| **3** |  | ‘‘ЛуАЗ’‘ | | **12** |  | ‘‘Москвич’‘ |
| **4** |  | ‘‘БелГАЗавтосервис’‘ | | **12** |  | ‘‘Автофрамос’‘ |
| **5** |  | ‘‘Черниговавтодеталь’‘ | | **13** |  | ‘‘СеАЗ’‘ |
| **6** |  | ‘‘УкрВолгатехсервис’‘ | | **14** |  | ‘‘АвтоГАЗ’‘ |
| **6** |  | ‘‘Пятый машиностроительный завод’‘ | | **15** |  | ‘‘АвтоУАЗ’‘ |
| **7** |  | ‘‘АвтоЗАЗ – Дэу’‘ | | **16** |  | ‘‘РосЛада’‘ |
| **8** |  | ‘‘АвтоЗАЗ’‘ | | **17** |  | ‘‘АвтоВАЗ’‘ |
| **18** |  | ‘‘ИжМашАвто’‘ | | **23** |  | ‘‘ИскерГАЗ’‘ |
| **20** |  | ‘‘КамАЗ (ЗМА)’‘ | | **24** |  | ‘‘АбаканавтоГАЗ’‘ |
| **21** |  | ‘‘Омский завод КПП’‘ | | **19** |  | ‘‘ЕлАЗ – Дженерал   Моторс’‘ |
| **22** |  | ‘‘УзДэу’‘ |

Источник – база данных журнала ‘‘Авто Ревю’‘: **www.autorev.ru**

Обеспеченность населения России легковыми автомобилями



Количество легковых автомобилей, находящихся в личной   
собственности на одну тысячу жителей

|  |  |
| --- | --- |
|  | 125 – 200 (включая Москву) |
|  | 105 – 125 (включая Санкт Петербург) |
|  | 70 – 105 |
|  | Менее 70 |

Источник – Российский статистический ежегодник, 1996 год

Регионы России

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Мурманская обл. | 2 | Респ. Карелия |
| 3 | Архангельская обл. | 4 | Ненецкий АО |
| 5 | Респ. Коми | 6 | Вологодская обл. |
| 7 | Ленинградская обл. | 8 | Новгородская обл. |
| 9 | Псковская обл. | 10 | Город Санкт Петербург |
| 11 | Тверская обл. | 12 | Ярославская обл. |
| 13 | Костромская обл. | 14 | Ивановская обл. |
| 15 | Владимирская обл. | 16 | Рязанская обл. |
| 17 | Тульская обл. | 18 | Орловская обл. |
| 19 | Брянская обл. | 20 | Калужская обл. |
| 21 | Смоленская обл. | 22 | Московская обл. |
| 23 | Город Москва | 24 | Нижегородская обл. |
| 25 | Кировская обл. | 26 | Респ. Марий Эл |
| 27 | Чувашская Респ. | 28 | Респ. Мордовия |
| 29 | Курская обл. | 30 | Липецкая обл. |
| 31 | Тамбовская обл. | 32 | Воронежская обл. |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 33 | Белгородская обл. | 34 | Пензенская обл. |
| 35 | Ульяновская обл. | 36 | Респ. Татарстан |
| 37 | Саратовская обл. | 38 | Самарская обл. |
| 39 | Волгоградская обл. | 40 | Респ. Калмыкия |
| 41 | Астраханская обл. | 42 | Ростовская обл. |
| 43 | Краснодарский край | 44 | Респ. Адыгея – Майкоп |
| 45 | Карачаево – Черкесская Респ. | 46 | Кабардино – Балкарская Респ. |
| 47 | Ставропольский край | 48 | Респ. Северная Осетия |
| 49 | Респ. Ингушетия | 50 | Чеченская Респ. |
| 51 | Респ. Дагестан | 52 | Коми – Пермяцкий АО |
| 53 | Респ. Удмуртия | 54 | Пермская обл. |
| 55 | Свердловская обл. | 56 | Респ. Башкортостан |
| 57 | Оренбургская обл. | 58 | Челябинская обл. |
| 59 | Курганская обл. | 60 | Ямало – Ненецкий АО |
| 61 | Ханты – Мансийский АО | 62 | Тюменская обл. |
| 63 | Омская обл. | 64 | Томская обл. |
| 65 | Новосибирская обл. | 66 | Кемеровская обл. |
| 67 | Алтайский край | 68 | Респ. Алтай |
| 69 | Таймырский АО | 70 | Эвенкийский АО |
| 71 | Красноярский край | 72 | Респ. Хакасия |
| 73 | Респ. Тува | 74 | Иркутская обл. |
| 75 | Усть – Ордынский Бурятский АО | 76 | Респ. Бурятия |
| 77 | Читинская обл. | 78 | Агинский Бурятский АО |
| 79 | Чукотский АО | 80 | Корякский АО |
| 81 | Магаданская обл. | 82 | Камчатская обл. |
| 83 | Респ. Саха | 84 | Хабаровский край |
| 85 | Сахалинская обл. | 86 | Амурская обл. |
| 48 | Еврейская авт. обл. | 88 | Приморский край |
| 89 | Калининградская обл. |