

DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2021-8-8-37

# Российский автопром: ключевые особенности, влияние коронакризиса, перспективы развития<sup>1</sup>

**Ю.В. СИМАЧЁВ**, кандидат технических наук, директор  
E-mail: yusimachev@hse.ru; ORCID: 0000-0003-3015-3668  
Центр исследований структурной политики НИУ ВШЭ,  
**М.Г. КУЗЫК**, кандидат экономических наук  
E-mail: mkuzyk@hse.ru; ORCID: 0000-0003-2971-6718  
Центр исследований структурной политики НИУ ВШЭ,  
**А.М. БУТОВ**, E-mail: comeagain@mail.ru  
Институт «Центр развития» НИУ ВШЭ, Москва

**Аннотация.** В статье на основе углубленных интервью с представителями российских автомобилестроительных компаний, данных статистики, аналитических материалов и официальных документов рассматриваются главные особенности и тренды развития отрасли в предкризисный период, исследуются ключевые аспекты влияния кризиса, вызванного пандемией COVID-19, оцениваются перспективы дальнейшего развития автомобилестроения в России. Показано, что ключевыми особенностями сектора, влияющими на его развитие, являются масштабные прямые инвестиции со стороны крупнейших мировых автопроизводителей, активная государственная политика, а также ориентация основных игроков на внутренний рынок. При этом и отечественные, и зарубежные производители подвергаются существенному давлению со стороны государства, хотя фактически решаемые при этом задачи кардинально различаются: для зарубежных производителей это повышение локализации и перенос в Россию новых звеньев производственной цепочки, для российских – сохранение занятости и соблюдение иных социальных обязательств. Показано, что кризис не повлек значительных негативных последствий и не привел к возникновению принципиально новых проблем для сектора, однако обострил ряд ранее существовавших противоречий. Важную роль в период пандемии сыграли «отраслевые» меры антикризисной поддержки, а также тесное взаимодействие с государством, позволившее в короткие сроки возобновить работу цепочек поставок и дилерских сетей. Принципиальное значение для будущего развития отрасли имеют динамика внутреннего рынка, неразрывно связанная с общей экономической ситуацией в стране, государственная политика в сфере локализации производства во взаимосвязи с регулированием доступа различных игроков к мерам государственного стимулирования, а также развитие российских поставщиков автокомпонентов. Ограничением выступает неопределенность технологического будущего отрасли в России – в силу, прежде всего, отсутствия четко декларируемого государством курса.

---

<sup>1</sup> Статья отражает отдельные результаты проекта «Отраслевые кейсы реагирования компаний на кризис и сценарии посткризисного развития», реализуемого НИУ ВШЭ при поддержке РСПП. Авторы выражают искреннюю благодарность респондентам интервью.

**Ключевые слова:** автомобильная промышленность; COVID-19; кризис; антикризисные меры; технологическое развитие

Кризис, вызванный пандемией COVID-19, оказал существенное воздействие на все без исключения отрасли российской экономики, однако масштабы и характер его влияния в разных отраслях сильно различались [НИУ ВШЭ, РСПП, 2021]. В автомобильной промышленности спад производства на пике кризиса – в апреле 2020 г. – был наиболее глубоким из всех обрабатывающих отраслей (однако значимо меньшим, чем во многих зарубежных странах с развитым автомобилестроением [НИУ ВШЭ, 2021]), причем он примерно в равной степени сказался на всех основных игроках отрасли. Вместе с тем отличительной особенностью кризисной динамики в автопроме стал ее V-образный характер: за резким спадом довольно скоро последовал «отскок», продолжившийся ростом в конце 2020 г. – I кв. 2021 г.

Настоящая статья посвящена рассмотрению особенностей и трендов развития российского автомобилестроения, специфики взаимоотношений ключевых игроков отрасли с государством, влияния на сектор как, собственно, текущего кризиса, так и принятых государством антикризисных мер, а также перспектив развития отрасли в России.

Особенностью применяемого подхода является сочетание макро- и микроэкономического анализа, что предполагает использование разных источников информации. Базой для макроэкономического анализа служат данные российской и зарубежной статистики, а также материалы ведущих отраслевых аналитических агентств. Микроэкономический анализ проводится на основе серии углубленных интервью с представителями отрасли. При известных ограничениях, связанных с субъективизмом мнений и возможной смещенностью оценок респондентов, интервью позволили получить критически важные для настоящего исследования сведения, недоступные в рамках анализа статистических данных макроуровня: особенности реакции различных компаний сектора на кризис, специфику их взаимоотношений с государством, опасения и ожидания представителей отрасли и др. Известно, что проведение качественного анализа на основе углубленных интервью наиболее целесообразно именно в кризисные

периоды – в условиях «турбулентности», высокой неопределенности и быстрых изменений [Flick, 2009; Hogan et al., 2009].

В исследовании используются результаты интервью с представителями руководства пяти различных компаний отрасли, две из которых являются «традиционными» крупными производителями автотехники, созданными в советский период, три – дочерние подразделения зарубежных автоконцернов, созданные в последние 10–15 лет. Интервью проводились в I кв. 2021 г. на условиях анонимности.

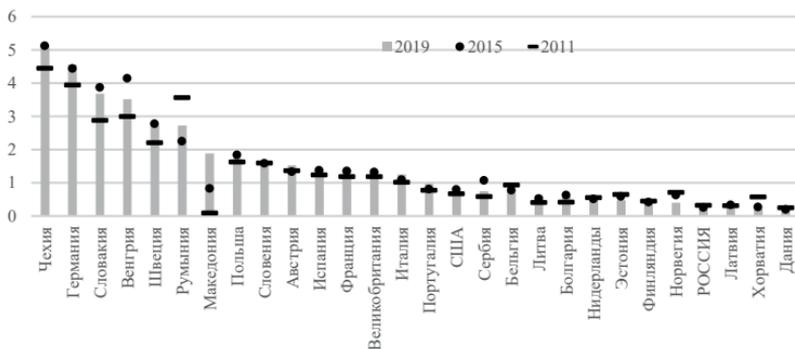
### **Специфика отрасли и ее развития перед кризисом**

Российское автомобилестроение – небольшой в масштабах национальной экономики сектор: его доля в ВВП в 2019 г. составила 0,4% (для сравнения: в США – 0,8%, в Италии – 1,2%, в Великобритании, Франции и Испании – 1,4%, в Германии – 4,6%, в Чехии – 5,1%; рис. 1). В отрасли занято около 290 тыс. чел., или 0,4% от общей численности занятых в экономике (в Великобритании – 0,9%, в Италии и Испании – 1,1%, в Германии – 2,3%, в Венгрии – 2,8%, в Словакии – 3,6%, в Чехии – 4,3%). Вместе с тем, по официальной оценке, российское автомобилестроение, генерируя спрос на продукцию металлургической, химической, электротехнической и других отраслей, обеспечивает работой более чем 3,5 млн человек<sup>2</sup> (около 5% от всех занятых в экономике).

Если оценивать значимость российского автопрома в глобальном масштабе, то в соответствии с данными Международной организации по производству автомобилей (ОИСА), и в кризисном 2020 г., и в предшествующие два года его доля в мировом производстве автомобилей составляла около 1,9%, что позволяет назвать текущее положение достаточно устойчивым (рис. 2). При этом выше России в структуре мирового производства автотехники стоят отнюдь не только мировые лидеры – Китай, США и Япония, но и такие страны, как Бразилия и Мексика.

---

<sup>2</sup> Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 г.



Источник: рассчитано авторами на основе данных Eurostat, U.S. BEA, Росстата.

Рис. 1. Доля добавленной стоимости автомобильной промышленности в ВВП в 2019, 2011, 2015 гг., %



Источник рис. 2,3: рассчитано авторами на основе данных OICA.

Рис. 2. Динамика российского и мирового производства автотранспортных средств в натуральном выражении в 2011–2020 гг., %

Важно отметить, что если мировое производство автотехники на горизонте последних 10 лет продемонстрировало значимый рост (за вычетом кризисного 2020 г.), то для России прослеживается, скорее, негативный тренд. «Качественный переход», когда российская динамика явно разошлась с общемировой, произошел в 2014–2015 гг., т.е. в период осложнения внешнеполитической

ситуации и введения санкций. При этом представители отрасли видят основные причины масштабного сокращения производства (в некоторых сегментах и у некоторых производителей – кратко), прежде всего, в общем ухудшении экономической ситуации и девальвации рубля: *«Во-первых, изменение курса, да, конечно, это оказало негативное воздействие... И второе, что снизилась экономическая активность в стране».*

Возобновившийся в 2017 г. рост не позволил до начала текущего кризиса достичь прежних объемов производства. Кроме того, во внутреннем потреблении отчетливо проявился тренд к приобретению автомобилей более низкого класса и более продолжительной их эксплуатации. *«Как только у населения денег становится меньше, то и автомобилей меньше покупается, деньги экономятся. С другой стороны, увеличиваются продажи дешевых автомобилей».*

Структура производства автотехники в России в целом соответствует общемировой: по процентному соотношению основных групп автотранспорта Россия близка к большинству стран – крупных автопроизводителей, по которым доступны соответствующие данные (рис. 3). В количественном отношении в выпуске отрасли преобладают легковые автомобили, тогда как на все прочие виды автотранспорта в совокупности приходится менее 12%.

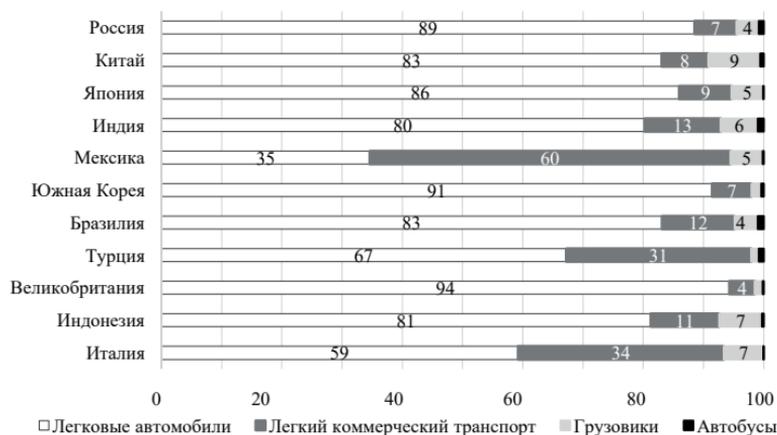


Рис. 3. Структура автомобильного производства в России и зарубежных странах в 2019 г. (по количеству произведенных единиц), %

На фоне других обрабатывающих отраслей российское автомобилестроение выделяется довольно высоким уровнем концентрации производства, заметно уступая лишь табачной промышленности и отрасли производства кокса и нефтепродуктов. Другая его отличительная особенность – значимое участие иностранных собственников, главным образом – в капитале компаний-финалистов: так, из 10 крупнейших по состоянию на 2019 г. российских производителей автотехники, у семи в составе собственников преобладали зарубежные автоконцерны.

Этот фактор определяет наличие двух существенно различающихся групп компаний: «традиционных» российских производителей, созданных в советскую эпоху (некоторые из них сегодня формально принадлежат зарубежному капиталу) и производств, созданных в постсоветский период зарубежными брендами либо при их непосредственном участии<sup>3</sup>. При этом если вторые были изначально ориентированы на использование зарубежных технологий и комплектующих, то специфические особенности первых состоят не только в более высоком уровне локализации, но и в наличии «переходящих» обязательств, главным образом, социального характера, более тесном контакте с государством и большими масштабами государственной поддержки (подробнее об этом – далее).

Несмотря на масштабное привлечение прямых иностранных инвестиций, отрасль в целом и все ее основные игроки ориентированы прежде всего на внутренний рынок: так, в доминирующем легковом сегменте доля экспорта в натуральном выражении в период 2013–2019 гг. не превышала 8%, при этом удельный вес российского экспорта в мировом составляет лишь около 0,2% (рис. 4); в сегменте легких коммерческих автомобилей экспорт в 2017 г. составил 8%, грузовых – 9%, автобусов – 6%<sup>4</sup>.

Вместе с тем на горизонте последнего десятилетия прослеживается тренд к росту экспорта продукции российского автомобилестроения, даже несмотря на спад 2015–2016 гг., вызванный,

---

<sup>3</sup> Из крупных предприятий-финалистов (более 1% совокупного выпуска единиц автотехники в России) к первой группе относятся 5 компаний, тогда как ко второй – 10; также «постсоветские» фирмы по состоянию на 2019 г. почти в полтора раза превосходили «исконно российские» по объемам производства в натуральном выражении.

<sup>4</sup> Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 г.

главным образом, резким сокращением поставок российской автотехники на Украину. Основными экспортными рынками для российских автопроизводителей являются страны бывшего СССР, прежде всего – Беларусь и Казахстан.



**Источник:** [Бутов, 2020].

*Рис. 4. Экспорт российских легковых автомобилей в 2011–2019 гг.*

Ориентация российского автомобилестроения на внутренний рынок определяет высокую зависимость отрасли от общего состояния отечественной экономики: уровня деловой активности – для производителей грузового и коммерческого автотранспорта, доходов населения – для производства легковых автомобилей. *«У нас особенность российской автомобильной промышленности состоит в том, что внутренний рынок, это основа... Экспорт нам помогает, но не спасает».* Кроме того, не только у зарубежных, но и у отечественных автопроизводителей достаточно высока доля зарубежных компонентов, в частности, электроники, результатом чего является чувствительность к колебаниям курса национальной валюты<sup>5</sup>.

При наличии у всех основных автопроизводителей масштабных инвестиционных программ существенное финансирование НИОКР характерно практически исключительно для российских компаний. Зарубежные производители предпочитают

<sup>5</sup> В целом, российское автомобилестроение наряду с производством электроники, фармацевтической отраслью и легкой промышленностью относится к числу наиболее импортозависимых обрабатывающих отраслей [Simachev et al., 2016].

использовать имеющиеся у них технологии, конкурентоспособные на российском рынке, но отнюдь не самые передовые в мировом масштабе: *«Локализуются, прямо скажем, не самые современные технологии. Но в целом для тех автомобилей, для которых это делается, это не самый принципиальный момент».*

В сфере производства автокомпонентов наблюдаются ограниченный выбор российских поставщиков и низкий уровень конкуренции между ними, что в существенной мере является «наследием» плановой экономики. При этом некоторые производители финальной продукции (прежде всего, российские) прилагают определенные усилия к развитию сети поставщиков: *«Если нам нужно улучшать те или иные характеристики каких-то компонентов, то мы совместно с ними проводим соответствующую работу НИОКРовскую, и даже порой помогаем им»*, тогда как другие ждут в этом помощи от государства. Некоторые же зарубежные производители в принципе скептически настроены в отношении возможности масштабного использования продукции российских поставщиков, опасаясь проблем с качеством поставок и ценового диктата (чему уже имелись примеры).

Немаловажной тенденцией, проявившейся еще в предкризисный период, стали инновации ряда компаний в области предложения автотехники потребителю и, прежде всего – сервиса долгосрочной аренды автотранспорта: *«В 2019 году появилось понимание, что для того чтоб развиваться успешно, надо быть лидирующей компанией на рынке, и только двух каналов продаж нам не хватит... Видя тот успех каршеринга, который в Москве появился, мы подумали, что можем предложить новый интересный продукт от производителя... – предоставить покупателю возможность долгосрочной аренды автомобиля».*

Наконец, для российских автопроизводителей значимым фактором, ограничивающим выбор возможных траекторий развития, является наличие большого объема явных и неявных социальных обязательств: в части сохранения занятости, поддержки инициатив региональных властей и т.п.

## **Государственная политика в отношении отрасли, взаимоотношения с органами власти**

Российский автопром традиционно находится в фокусе внимания государства, что проявляется, в том числе, в существенных

объемах оказываемой поддержки<sup>6</sup>: в 2018 г. предприятия отрасли, включая «дочки» иностранных компаний, получили свыше четверти субсидий федерального бюджета по разделу «Национальная экономика» без учета госсектора [Тищенко, 2021]. В кризисные периоды внимание государства усиливается: крупные отечественные автопроизводители в 2009–2010 гг. были в числе главных адресатов господдержки [Симачев и др., 2012].

Кроме того, важной особенностью государственной политики в отношении отрасли является принятый в начале 2000-х курс на привлечение в Россию крупных мировых автопроизводителей [Simachev et al., 2014], в рамках которого уже более 10 лет последовательно реализуются меры, направленные на усиление локализации. При этом прослеживается явная тенденция к ужесточению соответствующей политики: *«Последние года два мы понимали, что тренд идет в сторону закручивания гаек... Есть базовое понимание, что избежать этого невозможно, нужно просто к этому адаптироваться»*.

Ключевым шагом последних лет в сфере государственного регулирования отрасли большинство респондентов сочли увязку возможностей доступа компаний к господдержке с уровнем локализации производства, хотя оценки данного подхода со стороны разных игроков далеки от единодушия: *«Если мы возьмем дискуссии внутри автопрома, то главная ведется между высоколокализованными и низколокализованными компаниями. Я очень упрощаю, но тем не менее низколокализованные автопроизводители говорят, что все-таки господдержка должна быть более равномерной между всеми компаниями, а высоколокализованные..., что (благо, это поддерживается Минпромторгом) доступ к мерам поддержки должен предоставляться пропорционально уровню локализации. И сейчас государство по этому пути идет»*.

Принятый государством курс выгоден высоколокализованным отечественным производителям и встречает у них поддержку,

---

<sup>6</sup> В качестве ключевых мер поддержки респонденты упоминали компенсацию утилизационного сбора, в легковом сегменте – программы льготного автокредитования «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль», в остальных сегментах – льготный автолизинг. Кроме того, в отношении отрасли на федеральном уровне применяется несколько десятков различных механизмов субсидирования. При этом важно заметить, что масштабная государственная поддержка автопрома характерна отнюдь не только для России, но и для большинства стран с развитым производством автотехники, включая США и Германию [Тищенко, 2021].

поскольку фактически обеспечивает им привилегированный доступ ко всем основным инструментам господдержки. Зарубежных же производителей, объективно обладающих меньшим уровнем локализации, такой подход лишает либо в ближайшем будущем может лишить возможности получать поддержку: *«Потенциально ни один иностранный производитель даже теоретических шансов через четыре года чему-то соответствовать практически не имеет».*

Представители зарубежных брендов видят в этом существенную угрозу для конкуренции на рынке; кроме того, планируемое ужесточение требований по локализации, по их мнению, приведет к заметному упрощению и «выхолащиванию» модельного ряда, предлагаемого российскому потребителю: *«С точки зрения локализации это накладывает очень большие ограничения на то, какие модели производитель может рассматривать для локализации в РФ. Безусловно, это некий массмаркет, простые модели, где можно иметь максимальный процент локализации... Отсутствие конкуренции и интересных продуктов в среднесрочной перспективе ни к чему хорошему не приведет».* В свою очередь это негативно скажется на ввозе в Россию передовых технологий: *«Мы будем плавно сокращать свои линейки..., иметь примерно схожие модели и никакие новые технологии в РФ не принесем, потому что для их масштабной локализации нужны нереальные инвестиции, которые рынок не даст возможности отбить».*

Наибольшую озабоченность у зарубежных автопроизводителей вызывает ожидаемое ограничение возможностей участия в программах поддержки спроса, а также механизм дифференцированной компенсации утилизационного сбора: *«Сейчас самый большой интерес, который происходит – это диверсификация утилизационного сбора. ...Вот этот утилизационный сбор на самом деле очень влияет, сильно ограничивает рынок и суживает ту линейку продуктов, которую мы здесь можем представить».*

Вместе с тем зарубежные автопроизводители признают, что именно ужесточение требований в отношении локализации заставило их создать в России производства ряда технически сложных узлов и агрегатов, тогда как среди представителей российских компаний звучало мнение об избыточной жесткости некоторых из вводимых требований: *«Планки должны иметь не карательную функцию, а мотивирующую. Они должны быть “морковкой”*

*и не должны быть далеко, иначе автопроизводитель посчитает, что локализовываться ему дорожке, и лучше он вкладываться не будет, так как планки для него высоки. Некоторые планки можно понизить».*

Помимо специфических отраслевых инструментов поддержки, широкое распространение в автомобилестроении получил механизм специальных инвестиционных контрактов (СПИК), востребованный как российскими, так и зарубежными компаниями. При этом их отношение к данному механизму существенно различается: если для первых он является, собственно, инструментом поддержки реализации инвестпроектов, то для вторых служит в первую очередь необходимым условием получения доступа к иным форматам господдержки: *«СПИК ничего, кроме как возможность участвовать в программе компенсации утилизационного сбора, не дает».* Сам по себе СПИК оценивается представителями зарубежных производителей, скорее, негативно – из-за превалирования обязательств инвестора над государственными, недостаточной прозрачности и избыточной индивидуализации применения: *«Это хитрый был шаг от государства, который обязывает ко многому, а в ответку мало что дает».*

В целом, взаимоотношения с властями у отечественных и зарубежных производителей складываются по-разному. Представители первых отмечали наличие тесного и продуктивного взаимодействия с государством в лице, прежде всего, профильного федерального министерства: *«С Минпромом у нас всегда эффективный диалог, здесь проблем не возникает».* При этом контакт с федеральными органами улучшился с приходом нового правительства: *«Были большие разногласия в отрасли, в понимании были разногласия, но сейчас нет такого».* Зарубежные же автопроизводители существенно в меньшей степени контактируют с федеральными властями, а сам характер взаимоотношений с ними оценивают, скорее, нейтрально. Вместе с тем и отечественные, и зарубежные игроки находятся в тесном и, как правило, продуктивном взаимодействии с органами власти регионов присутствия.

### **Отрасль в острой фазе кризиса**

В автомобилестроении, как и в других российских отраслях, текущий кризис не столько привел к возникновению новых проблем, сколько обострил ранее существовавшие проблемы

и противоречия. При этом спад производства в отрасли начался еще в третьем квартале 2019 г. (рис. 5).



**Источник:** Росстат.

*Рис. 5. Помесячная динамика производства в 2019–2021 гг. в автомобилестроении и обрабатывающей промышленности в целом – прирост к соответствующему месяцу предыдущего года, %*

В отличие от многих других секторов, где влияние кризиса было неравномерным, в автопроме кризис примерно в равной степени сказался на всех основных игроках: *«Да примерно все в одинаковой ситуации оказались. Не могу сказать, кому лучше, кому хуже».*

Общенациональный локдаун заставил компании остановить производство, причем некоторые автопроизводители сделали это еще до официального решения, из-за проблем с поставками зарубежных комплектующих. Решение по закрытию производства на момент принятия большинству представителей отрасли виделось абсолютно оправданным не только в свете предотвращения распространения инфекции, но и как способ избежать перепроизводства: *«Нам это позволило избежать мощной затоварки склада, мы не имели супер-проблем с реализацией определенной продукции»*, – поскольку из-за закрытия дилерских сетей во многих регионах ожидания ближайших перспектив продаж были весьма пессимистичными.

Практически для всех автопроизводителей апрель 2020 г. и II квартал в целом стали провальными по объему продаж. Спад производства в автомобилестроении был существенно глубже, чем в других отраслях обрабатывающей промышленности, достигнув в апреле 60%.

Непроизводственные подразделения компаний, как правило, переводились на дистанционный режим работы: *«Управление компанией, персоналом, управленческий персонал, примерно половина, были переведены на удаленную работу»*. При наличии поначалу определенных организационных трудностей, в целом переход онлайн прошел достаточно безболезненно: *«На ходу и на бегу все это делалось, две недели у кого-то что-то не работало. Но сказали – сделали»*.

По мнению респондентов, дистанционный режим работы не привел к заметному снижению эффективности труда: *«В среднем, порядка 80% сотрудников, по оценке их руководителей, сохранили свою работоспособность на прежнем уровне»*. Некоторые негативные эффекты удаленной занятости, такие как неритмичный рабочий день, снижение эффективности информационного обмена и т.п., имели тенденцию накапливаться с течением времени, но были и значимые позитивные эффекты работы онлайн: *«Некоторые сотрудники говорили, что у них появилось больше времени свободного – я просыпаюсь и в 8 утра начинаю работать, мне не нужно 1 ч. 30 мин. ехать в дороге»*. При этом последние зачастую перевешивали, поэтому по состоянию на начало 2021 г. у ряда автопроизводителей от четверти до половины обеспечивающего персонала продолжали работать удаленно.

Проблемы, обусловленные пандемией, оказали стимулирующее влияние на цифровизацию сектора. Во-первых, существенный импульс к развитию получила система онлайн-коммуникаций как внутри компаний, так и с внешними контрагентами: *«У нас все совещания и все мероприятия были переведены на видео-конференц-связь. Мы очно перестали общаться, только по видео. Где-то месяца на три были отменены все командировки, все переезды»*. Во-вторых, значительно расширился электронный документооборот в рамках цепочек поставок: *«Мы перешли на электронный документооборот с поставщиками. И достаточно большой объем*

*поставок у нас теперь тоже оформляется в электронном виде без бумажных документов. То же самое касается и перевозок».*

В-третьих, цифровизация сильно затронула сферу продаж – проблемы с функционированием дилерских центров заставили ряд брендов начать продажи автомобилей онлайн, причем некоторые из компаний фактически запустили данный процесс еще до начала кризиса: *«Наши дилеры не могли работать очно в салонах. Это сподвигло нас к тому, чтобы быстрее завершить программу интернет-торговли. У нас она уже была, разрабатывалась электронная площадка. Как раз в апреле, оперативно, мы ее довели до ума. И в мае достаточно большой объем продаж осуществлялся на электронной площадке».*

Интересно, что ближайшие перспективы развития онлайн-продаж представители сектора оценивают по-разному: одни готовы сделать на это большую ставку, причем в части не только продаж, но и предоставления разного рода сопутствующих услуг, тогда как другие считают рынок и потребителей не готовыми к массовым покупкам автотехники через Интернет. Впрочем, и первые, и вторые сходятся в том, что с течением времени интерес к онлайн-торговле автомобилями будет повышаться: *«Эта цифровизация до автоотрасли также дойдет; клиент с неохотой участвует в онлайн-продажах сейчас, но он все больше начинает этому доверять».*

Отдельные компании сектора в период кризиса провели достаточно существенное сокращение персонала, прежде всего – производственного, однако в целом для отрасли подобный сценарий был нехарактерен: сокращение численности работников по итогам 2020 г. составило к предыдущему году 3,5%<sup>7</sup>. Вместе с тем зарубежные автопроизводители столкнулись в период действия жестких ограничений с проблемой ухода отдельных высококвалифицированных сотрудников-нерезидентов, что было связано со сложностями пересечения границы и необходимостью соблюдения карантинных ограничений.

Наконец, некоторые автопроизводители в период пандемии взяли на себя непрофильные функции по производству социально значимой продукции, таких как индивидуальные средства защиты, причем не только для собственных нужд, но и для удовлетворения

---

<sup>7</sup> Данные Росстата.

внешнего спроса: *«Были закуплены линии по производству масок и респираторов... И линии по пошиву специальных халатов. При чем, мы это и для себя делали, и для города».*

### **Посткризисное восстановление**

Период закрытия производств на основных предприятиях-финалистах был относительно недолгим – от двух до четырех недель, чему способствовал полученный всеми ключевыми производителями статус системообразующих организаций: *«Мы находимся в списке системообразующих предприятий, а там, как вы помните, сперва закрыли всех, и через две недели были даны послабления по указу Президента РФ для системообразующих, и мы сразу начали запускать производство».* При этом в отличие от практически одномоментного «погружения» в кризис выход сектора из него был более плавным по ряду объективных причин.

Во-первых, у всех производителей финальной продукции возникли существенные проблемы с поставками комплектующих как от зарубежных, так и от российских партнеров. В первом случае основную роль сыграло закрытие границ и некоторых логистических каналов – в частности, автоперевозок. Основным ее решением стал переход на альтернативные каналы – железнодорожные и морские – и маршруты поставок: *«...Поскольку у нас бережливое производство, запасов мы больших не держим. Понимая, что ситуация ухудшается, потому что китайские товарищи не в марте закрылись, у них в феврале стало понятно, что проблемы, поэтому вот конкретно в этой ситуации мы сделали запас, а потом просто стали диверсифицировать пути поставок».* Смена же поставщиков практиковалась гораздо реже – в силу согласованных планов производства, рисков падения качества и т.п.

В случае же с российскими поставщиками ключевую роль сыграл тот факт, что большая их часть не имела статуса системообразующих компаний и по этой причине была вынуждена соблюдать режим локдауна: *«Поставщики компонентов, которые поменьше и помельче и не являются системообразующими – они не могли работать».* Российские поставщики возобновили работу примерно на месяц позднее финалистов. Кроме того, имелись проблемы с перемещением грузов между

регионами. Во-вторых, на момент возобновления производства и в последующие полтора-два месяца не функционировала существенная часть дилерских сетей: *«Проблема в чем – мы-то запустились, а дилеры наши были закрыты по стране, мы могли производить продукцию, но не могли ее продавать»; «только Сибирь оставалась открытая – кое-как работала, а все остальные дилерские центры оставались закрытыми».* Запуск же интернет-торговли обеспечил лишь незначительный объем продаж и не мог компенсировать «выпавшие» традиционные продажи.

В-третьих, естественным и неизбежным следствием высокой неопределенности стало сокращение потребительского спроса на автомобили, которые объективно не относятся к предметам первой необходимости.

В-четвертых, на части производителей значимо сказались противоэпидемиологические требования в отношении организации производства: *«Это было все сложно организовать в рамках большого завода: ...производственный процесс не подразумевал дистанцию 1,5 м и т.д.».*

Примерно к середине года спрос на рынке стал восстанавливаться, что было ожидаемо большинством автопроизводителей: *«Стали возникать осторожные голоса, что может возникнуть эффект пружины... Случилась ситуация, которую мы осторожно прогнозировали, когда к августу спрос стал выше предложения».* Это позволило отрасли в сентябре выйти на более высокие объемы производства, чем в том же месяце годом ранее.

Вместе с тем масштаб возникшего спроса и взрывной характер его роста, в значительной степени обусловленные сократившимся импортом автотехники, стали неожиданностью для многих участников рынка: *«Наши маркетологи не ожидали, что рынок так быстро отскочит и начнет расти. У нас никто не ожидал этого».* Возникший спрос отчасти остался неудовлетворенным: *«Отечественная автомобильная промышленность встала перед фактом, что она не может удовлетворить в полном объеме спрос на рынке. То есть мы не успевали производить техники столько, сколько ее заказывалось».*

Основной причиной этого послужил не недостаток производственных мощностей финалистов (у большинства из них

имеются соответствующие резервы), а невозможность в короткие сроки организовать необходимые поставки комплектующих: *«... Мы не успели произвести, хотя наше производство готово было произвести..., но проблема с поставщиками компонентов: они все в кризис ужались, но когда неожиданно рынок попер и надо было срочно увеличивать количество произведенных компонентов, то они сказали, что не могут – людей в отпуск отправили, например, не закупили сырье и т.д. ...Это проблема со всеми поставщиками. Иностранцы тоже жестко планируют производство – если снизился объем заказов, то они быстро снижают производство, чтобы максимально снизить издержки».*

В целом, провальный с позиций объемов выпуска II квартал был в значительной мере компенсирован результатами последующих месяцев, однако, несмотря на это, совокупный объем производства отрасли в 2020 г. был на 12,6% ниже, чем годом ранее (тогда как в целом по обрабатывающей промышленности – на 0,6% выше)<sup>8</sup>. В натуральном выражении спад производства автотехники в России составил 16,6%, что примерно соответствует общемировому (–15,8%). Из числа стран – крупных мировых автопроизводителей существенно лучше дела обстояли лишь в Китае (–2%), схожим образом – в Италии (–15,1%) и Японии (–16,7%), тогда как заметно хуже – в Индии (–25%), Канаде (–28,2%), Великобритании (–28,5%), Таиланде (–29,1%), Бразилии (–31,6%) и некоторых других странах.

В первом квартале 2021 г. сектор сохранил значимую положительную динамику по отношению к аналогичному периоду годом ранее, что, вероятнее всего, является следствием как неудовлетворенного в последние месяцы 2020 г. спроса, так и низкой базы для сравнения в предыдущем году.

### **Антикризисные меры, их влияние на компании отрасли**

Представители сектора отметили существенную роль господдержки в преодолении последствий текущего кризиса: *«Был принят беспрецедентный пакет мер, в первую очередь, для поддержки рынка – это нам помогло очень».* Крупные

---

<sup>8</sup> Данные Росстата.

отечественные производители были напрямую вовлечены в разработку антикризисных мер для отрасли: *«Вот эти предложения, которые принял президент, они разрабатывались отраслью и Минпромторгом, поэтому было много совещаний, постоянно сидели на видео, настраивали эти меры»*. При этом многие предложения российских автопроизводителей были учтены: *«То, что мы предложили на совещании у президента, ну, естественно, согласовав предварительно с Минпромом, с Минэкономразвития, президент принял эти решения, и правительство их реализовало. Это тот редкий случай, когда мы реально благодарны правительству – все, что мы попросили, оно все сделано практически в полном объеме»*.

Кроме того, и федеральные, и региональные власти активно поддерживали отечественных финалистов в возобновлении работы цепочек поставок и дилерских сетей: *«Мы с коллегами из Минпромторга боролись за то, чтобы было дано разрешение работать дилерам и поставщикам автокомпонентов... Мы обзванивали каждого губернатора, правительства, руководителей Минпромторга регионов, каждому писали письма – пожалуйста, предприятия умирают, просим таких-то дилеров и таких-то поставщиков автокомпонентов в вашем регионе запустить – по каждому региону. Наш губернатор... написал чуть ли не каждому губернатору письмо с просьбой возобновить работу поставщиков, Минпромторг – министр написал каждому губернатору письмо, добился аналогичного распоряжения для губернаторов от вице-преьера»*.

Наконец, федеральные органы власти ощутимо помогали российским производителям в обеспечении поставок из-за рубежа: *«Китай – застряли электронные субкомпоненты, я бегу в министерство, задействовали департамент авиационной промышленности – они писали письмо..., перекладывали из китайских в российские самолеты коробки с запчастями»*.

Наибольшее влияние на компании оказали «профильные» меры поддержки, адресованные именно автомобилестроению, прежде всего – меры стимулирования спроса на конечную продукцию. Так, в легковом сегменте и отечественным, и зарубежным производителям в немалой степени помогло расширение программ льготного автокредитования, в грузовом – льготного автолизинга: *«Льготное автокредитование, льготный лизинг –*

*это очень существенно поддержало рынок, спрос, потребителей, ну, и нас, соответственно... В условиях коронавирусных ограничений эти меры выступали не как поддержка рынка, а как спасительная мера, антикризисная мера».*

Значимое влияние на российских производителей оказали и опережающие госзакупки автотехники: *«Вторая мера поддержки, которая хорошо сработала – это опережающие госзакупки, когда государство сместило госзакупки с 23–22–21-го года, на 20-й год. По сути, госорганы, которые хотели обновить автопарк и планировали сделать это в течение трех лет, получили возможность сделать это сейчас».*

Наряду с мерами стимулирования спроса для ряда компаний большую роль сыграла отсрочка уплаты утилизационного сбора.

Важно отметить, что при достаточно существенном влиянии антикризисных мер и на отечественных, и на зарубежных автопроизводителей, спектр инструментов поддержки, доступных вторым, был несколько уже. Так, зарубежные компании не имели возможности воспользоваться потенциально привлекательной для них схемой привлечения льготных кредитов, а в силу гораздо меньшей вовлеченности в сферу госзакупок соответствующие меры тоже обошли их стороной.

Что же касается мер поддержки, адресованных системообразующим организациям, то они почти не сказались на деятельности обследованных компаний, тогда как сам по себе данный статус оказался весьма обременительным в части отчетности: *«Там забавно было: Минпром свою отчетность просил, Минэкономразвития – свою..., кто-то там еще свою. В общем, четыре отчетности по одному постановлению делали, причем все разные формы».*

Благодаря высокой результативности отраслевых инструментов поддержки и активному участию автомобилестроителей в их разработке нереализованный запрос компаний сектора на антикризисные меры был невелик. В частности, отмечалось, что государству на период кризиса следовало бы отказаться от начинаний, связанных с дифференцированной компенсацией утилизационного сбора: *«Можно было б как-то отложить до более перспективных периодов – с одной стороны, мы что-то даем, а с другой – отбираем».* Кроме того, потенциально интересным и полезным для отрасли виделся механизм

предоставления списываемых кредитов на поддержку занятости, применявшийся только в отношении малого и среднего бизнеса – вполне вероятно, что невозможность применения данного механизма стала одной из причин сокращения персонала.

## Перспективы развития отрасли

Опрошенные представители отрасли сходятся в том, что доля импорта на российском рынке будет продолжать сокращаться: *«Импорт в страну – он не интересен... Все бренды, которые имели прямой импорт, покинули российский рынок, а те, которые остались – у них сокращение линейки»*. Развертывание в России новых производств компаниями из индустриально развитых стран в ближайшем будущем представляется респондентам маловероятным – более реальным видится рост присутствия китайских компаний.

Будущее развитие своих компаний респонденты связывают, прежде всего, с внутренним рынком. Перспективы масштабной экспортной экспансии для зарубежных производителей неочевидны, тогда как отечественные – прежде всего, в сегменте грузового автотранспорта, где роль экспорта традиционно более весома – хотя и рассматривают подобную возможность, но не готовы сделать на это ставку<sup>9</sup>. По этой причине существенную озабоченность представителей отрасли вызывает текущий объем российского рынка и отсутствие явных перспектив его роста: *«Фундамент – это рынок, независимо от того, есть пандемия или нет... С пандемической ситуацией мы выправились, а вот проблемы рынка так и остались. Эта проблема была и до пандемии, и она еще будет – это отсутствие роста доходов населения, как следствие – отсутствие роста российского авторынка. Если будет на рынке спрос, например, от 2 до 2,5 млн (а сейчас 1,6 млн), то очень многие проблемы автопрома будут решены»*.

---

<sup>9</sup> При этом государство, напротив, делает значимый акцент на развитии экспорта автотехники: об этом, в частности, свидетельствует принятая в 2017 г. Стратегия развития экспорта продукции автомобильной промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года, предусматривающая в базовом сценарии двукратный, а в оптимистичном – трехкратный рост экспорта продукции автопрома к уровню 2016 г.

Основной запрос обследованных компаний на меры государственной поддержки состоит в масштабном государственном стимулировании внутреннего спроса: *«Если мы говорим про помощь государства, то это проблема спроса на рынке. Не нужно давать деньги автопроизводителям... Надо поддержать национального покупателя, чтобы они покупали автомобили, тогда и с отраслью, и со смежными отраслями будет все хорошо».*

Серьезным сдерживающим фактором, по мнению большинства опрошенных, является недостаточный уровень развития производства автокомпонентов. При этом приход в Россию ведущих мировых производителей автокомпонентов пока видится представителям отрасли малореальным: *«Нужен очень хороший рынок сбыта или экспортный канал – ни того, ни другого нет».*

По этой причине и отечественные, и зарубежные компании заинтересованы в реализации государством политики по развитию российских поставщиков, однако при этом по-разному видят возможные меры их «выращивания». Если зарубежные заинтересованы в локальных мерах (субсидирование испытаний новых образцов продукции), то некоторые отечественные – в масштабных государственных программах поддержки поставщиков, причем не менее двух в каждом сегменте: *«Государство, поддерживая локализацию, поддерживая развитие компонентной отрасли, должно всячески избегать монополизации, потому что это кошмар, с которым мы все сталкиваемся постоянно. На каждую номенклатуру компонентов должно быть минимум два поставщика, из которых автопроизводители могут выбирать... Пожалуйста, не выбирайте 1 национального чемпиона, не вкладывайте в него деньги – в итоге этот национальный чемпион, понимая, что он и так монополист, не будет развиваться».*

Особо отмечалась потребность в создании массового производства отечественных электронных компонентов, конкурентоспособных по цене, – поскольку пока российская электронная промышленность существенно ориентирована на производство «штучных» изделий с запретительно высокой для автомобилестроителей стоимостью: *«Если говорить о недостатках советской, а потом уже российской электронной промышленности, она всегда больше работала для оборонки, авиации. Это были*

*некие электронные компоненты, которые изготавливались не для массового спроса, а для практически нескольких самолетов в год, нескольких ракет в год. Штучно. И при высоком качестве это не было товаром массового спроса. У российской электронной промышленности нет готовности выдавать товар для массового спроса..., они не готовы обеспечить цену на этот продукт».*

Значимым сдерживающим фактором в среднесрочной перспективе респондентам представляется и неопределенность технологического будущего отрасли. А данный вопрос, по их мнению, чрезвычайно актуален именно сейчас – в свете планируемого отказа ряда ведущих стран от использования двигателей внутреннего сгорания (ДВС). При этом если на многих зарубежных рынках главная альтернатива ДВС ясна уже сегодня: *«В Европе свою магистраль направления определили – это электромобиль»*<sup>10</sup>, то в России это не так, для чего есть ряд объективных оснований: *«Коллеги из Минпромторга не являются сторонниками электротехники по ряду причин – большие расстояния, неспособность пока батареи удерживать такой большой объем электроэнергии, неразвитость пока зарядных структур».* Помимо отсутствия необходимой инфраструктуры, создание которой в достаточно короткие сроки способно обеспечить исключительно государство, внедрению новых видов автотехники препятствует недостаточное развитие регулирования, прежде всего, в части сертификации.

Пока же будущий технологический облик отрасли остается неясным и для государства, и для участников рынка: *«Мы еще находимся на распутье – и отрасль, и власть».* В результате отечественные производители вынуждены вести работы сразу по нескольким потенциально перспективным направлениям: «традиционные» электромобили (BEV), электромобили на водородном топливе (FCEV), газомоторный транспорт, – тогда как зарубежные производители занимают выжидательную позицию и пока даже не планируют локализацию соответствующих технологий в России ввиду отсутствия внятных рыночных перспектив.

---

<sup>10</sup> «Осязаемым» результатом этого является стремительный рост продаж новых электромобилей на крупнейших мировых рынках и, прежде всего, в Китае и ЕС [Мнацаканова, 2020; Бутов, 2020].

## **Выводы и следствия для госполитики в отношении отрасли**

1. Характерными особенностями российского автомобилестроения являются:

– преобладающая ориентация на внутренний рынок, определяющая высокую зависимость от состояния российской экономики. Отметим, что схожая ситуация наблюдается и в некоторых других странах – в частности, в Индии и Китае. Однако потенциальная емкость внутреннего рынка России и этих стран несопоставима, что принципиально ограничивает возможности роста отечественного автопрома на основе локального сбыта;

– значимое участие иностранных собственников, главным образом, в капитале компаний-финалистов, что определяет наличие двух существенно различающихся групп производителей автотехники: «традиционных» российских и производств, изначально созданных зарубежными брендами;

– достаточно высокая доля зарубежных компонентов, в том числе у российских производителей, следствие которой – чувствительность себестоимости к курсу рубля. В сочетании с ориентацией на внутренний спрос это определило существенный спад объемов производства в 2014–2016 гг. – более глубокий, чем в большинстве других секторов;

– ограниченный выбор российских поставщиков, низкий уровень конкуренции между ними, что в значительной мере является «наследием» плановой экономики;

– для российских автопроизводителей – наличие большого объема социальных обязательств: по сохранению занятости, участию в социальных программах региональных и местных властей и т.п.;

– для зарубежных производителей – использование отработанных технологий, конкурентоспособных на российском рынке, но не являющихся передовыми в мировом масштабе<sup>11</sup>.

2. Важной тенденцией развития российского рынка в последние годы стал переход потребителей к более дешевым моделям

---

<sup>11</sup> Данный факт, вообще говоря, служит подтверждением одному из ключевых тезисов Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года о том, что локализованные производства зарубежных брендов обеспечивают ограниченную передачу компетенций в области инжиниринга, развития технологий и производственных систем.

автомобилей и более длительной эксплуатации автотехники. Основной причиной этого является общее ухудшение экономической ситуации и девальвация рубля, однако определенную роль могла сыграть и государственная политика стимулирования импортозамещения, повышающая привлекательность для потребителей производимых в России относительно недорогих моделей на фоне более дорогостоящих импортных.

3. Автомобилестроение традиционно является объектом пристального внимания государства. Компании отрасли имеют доступ к целому ряду достаточно масштабных программ и инструментов поддержки, причем в кризисные периоды ее объем существенно увеличивается. При этом господдержкой активно пользуются не только изначально российские производители, но и производства зарубежных брендов.

4. Принятый государством курс на импортозамещение и усиление локализации производства, в рамках которого в настоящее время уровень локализации увязывается с возможностями получения господдержки, отечественные производители полностью поддерживают, тогда как зарубежные видят в нем существенную угрозу для конкуренции на рынке и дестимулятор для поддержания широкого модельного ряда. Вместе с тем зарубежные автопроизводители признают, что именно требования по локализации заставили их запустить в России ряд производств технически сложных узлов и агрегатов, а представители российских компаний полагают некоторые из вводимых требований слишком жесткими.

5. В целом, и отечественные, и зарубежные производители подвергаются ощутимому давлению государства. Первые – прежде всего в контексте сохранения занятости и соблюдения иных социальных обязательств, а также в некоторых случаях сохранения ориентации на российских поставщиков, вторые – по поводу повышения локализации и переноса в Россию новых звеньев производственной цепочки. Однако обязательства, возлагаемые на российских производителей, сопровождаются де-факто более широкими возможностями доступа к господдержке.

6. Взаимоотношения с органами власти также складываются по-разному. Отечественные производители отмечали наличие тесного и продуктивного взаимодействия с властями федерального и регионального уровней как в целом, так и в период

кризиса. Зарубежные же в большей степени взаимодействовали с региональными властями, как правило, встречая поддержку, тогда как взаимоотношения с федеральными органами власти не так часты, и кризис на них практически не сказался.

7. Текущий кризис не столько привел к возникновению новых проблем для отрасли, сколько продемонстрировал высокую актуальность существующих проблем и противоречий, среди которых высокая зависимость от импорта, низкая гибкость цепочек поставок, сложность изменения производственных планов, в силу ориентации на внутренний рынок – принципиальная зависимость от его состояния и от ситуации в российской экономике, значимая роль господдержки и условий доступа к ней.

8. В отличие от многих других секторов, где влияние кризиса было неравномерным, в автомобильной промышленности кризис примерно в равной степени сказался на всех ключевых игроках. В период действия жестких противоэпидемических мер и поставщики комплектующих, и производители финальной продукции вынуждены были закрыть производство, хотя и на разные сроки. При этом наращивание объемов производства автотехники после его полной остановки происходило постепенно по целому ряду причин:

- продолжавшийся локдаун у преобладающей части российских поставщиков и дилерских центров;
- сложности перемещения грузов как при трансграничных перевозках, так и внутри России;
- резко сократившийся спрос на автотехнику со стороны населения и бизнеса;
- необходимость соблюдения на производстве противоэпидемических требований.

Отдельные компании сектора в период кризиса провели довольно значительное сокращение персонала, прежде всего – производственного, однако в целом для отрасли подобный сценарий был нехарактерен.

9. Проблемы, обусловленные пандемией, оказали стимулирующее влияние на цифровизацию отрасли. Поскольку в производственной сфере уровень использования цифровых технологий и ранее был достаточно высок, произошедшие изменения затронули прежде всего обеспечивающие подразделения

(интернет-коммуникации, практика уделенной занятости), взаимоотношения с поставщиками (электронный документооборот) и покупателями (запуск онлайн-продаж). При этом отдельные компании еще до кризиса начали внедрять маркетинговые инновации в части не только интернет-продаж, но и сервиса долгосрочной аренды автомобилей.

10. Резко возросший спрос на автомобили в последние месяцы 2020 г. стал неожиданным для всех участников рынка и в немалой степени остался неудовлетворенным, главным образом – из-за невозможности в короткие сроки организовать необходимые поставки комплектующих. В целом, тот факт, что автомобилестроение сегодня превосходит многие другие секторы в части внедрения бережливого производства и использования модели поставок just in time, в рамках текущего кризиса сыграл, скорее, негативную роль, послужив одной из причин дефицита компонентов как в острой фазе кризиса, так и на этапе стремительного роста рынка.

11. Значительное содействие выходу компаний из кризиса оказали меры господдержки, адресованные автомобильной отрасли. При этом крупнейшие отечественные автомобилестроители активно участвовали в выработке и обсуждении соответствующих мер. Кроме того, федеральные и региональные власти оказывали поддержку отечественным финалистам в запуске цепочек поставок и возобновлении работы дилерских сетей. Для зарубежных автопроизводителей государственная поддержка также оказалась значимой, хотя спектр доступных им инструментов де-факто был несколько уже.

12. Наибольший позитивный эффект как в период кризиса, так и до него оказывали меры стимулирования спроса, тогда как меры поддержки, адресованные системообразующим организациям, практически не сказались на деятельности компаний. Более того, сам по себе данный статус оказался весьма обременительным в части отчетности.

13. Несмотря на декларируемый государством курс на масштабное расширение экспорта автотехники для всех основных игроков, в обозримом будущем ключевую роль продолжит играть внутренний рынок. Для зарубежных производителей перспективой масштабной экспортной экспансии неочевидны, тогда как отечественные – прежде всего, в грузовом

сегменте – хотя и рассматривают подобную возможность, не готовы сделать на нее ставку. По этой причине основной запрос компаний сектора на меры господдержки состоит в масштабном стимулировании спроса.

14. Как зарубежные, так и отечественные компании заинтересованы в реализации государством политики по развитию российских поставщиков. Но если первые хотели бы ощутить «локальные» меры – такие как государственное субсидирование испытаний новых образцов продукции, то среди вторых существует запрос на масштабные государственные программы развития поставщиков, с обязательным обеспечением конкуренции между ними. Более всего российские производители заинтересованы в развертывании в России производства электронных компонентов, конкурентоспособных по цене.

15. Одна из ключевых проблем средне- и долгосрочного развития автомобилестроения в России – неопределенность его технологического будущего. Главной ее причиной представители отрасли называют отсутствие четко обозначенной государством «магистральной» линии развития технологий. В результате отечественные производители вынуждены вести работы сразу по нескольким направлениям, тогда как зарубежные занимают выжидательную позицию и пока даже не планируют локализацию новых технологий в России ввиду отсутствия внятных рыночных перспектив. Между тем еще один возможный путь состоит в дальнейшем развитии производства автотехники с ДВС, поскольку отнюдь не все страны мира готовы в обозримом будущем отказаться от использования данного типа двигателей. Одно из существенных потенциальных преимуществ этого пути состоит в том, что он может позволить уже в скором будущем привлечь в Россию ведущих мировых производителей ДВС.

\* \* \*

В целом, на сегодняшний день можно выделить следующие *ключевые развилки государственной политики в отношении автопрома*:

- развитие российских поставщиков автокомпонентов или привлечение в Россию ведущих зарубежных производителей;

- сохранение избыточной занятости на наиболее крупных предприятиях или поддержка роста производительности труда;
- фиксация уровня локализации, близкого к текущему, устраивающему зарубежные бренды, или дальнейшее ужесточение соответствующих требований с риском ухода зарубежных инвесторов;
- определение технологического будущего отрасли: скорейший выбор одного магистрального направления (электромобили, газомоторный транспорт или продолжение использования «традиционных» ДВС), обозначение нескольких приоритетов или попытка отложить принятие решения до прояснения ситуации по всем возможным альтернативам.

## Литература

*Бутов А.* Рынок новых легковых автомобилей-2020. М.: НИУ ВШЭ. Центр развития, 2020.

*Мнацаканова В.* Краткий обзор ключевых технологических инноваций автомобильной промышленности // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 1. С. 345–362. DOI: 10.18334/vinec.9.4.41354.

НИУ ВШЭ. «Черный лебедь» в белой маске // Аналитический доклад НИУ ВШЭ к годовщине пандемии COVID-19 / Под ред. С. М. Плаксына, А. Б. Жулина, С. А. Фаризовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021.

НИУ ВШЭ, РСПП. Оценка влияния кризиса, связанного с пандемией COVID-19, на отрасли российской экономики и их посткризисное развитие. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021.

*Симачев Ю., Иванов Д., Коротков М., Кузнецов Б., Кузык М.* Государственная антикризисная поддержка крупных и системообразующих компаний: направления, особенности и уроки российской практики. М.: Издательство «Дело» РАНХ, 2012.

*Тищенко Т.* Международный опыт государственной поддержки автомобильной промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2021. № 1 (195). С. 9–17.

*Flick U.* An introduction to qualitative research. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2009.

*Hogan J., Dolan P., Donnelly P.* Approaches to qualitative research: Theory and its practical application. Cork: Oak Tree Press, 2009.

*Simachev Y., Kuzyk M., Kuznetsov B., Pogrebnyak E.* Russia on the Path Towards a New Technology-Industrial Policy: Exciting Prospects and Fatal Traps // Foresight-Russia. 2014. Vol. 8. No. 4. Pp. 6–23.

*Simachev Y., Kuzyk M., Zudin N.* Import Dependence and Import Substitution in Russian Manufacturing: A Business Viewpoint // Foresight and STI Governance, 2016. Vol. 10. No. 4. Pp. 25–45. DOI: 10.17323/1995–459X.2016.4.25.45

Статья поступила 31.05.2021

Статья принята к публикации 07.06.2021

**Для цитирования:** Симачёв Ю.В., Кузык М.Г., Бутов А.М. Российский автопром: ключевые особенности, влияние коронакризиса, перспективы развития// ЭКО. 2021. № 8. С. 8–37. DOI: 10.30680/ЕCO0131-7652-2021-8-8-37

## Summary

*Simachev, Yu.V., Cand. Sci. (Tech.), HSE Center for Industrial Policy Studies, Кузык, М.Г., Cand. Sci. (Econ.), HSE Center for Industrial Policy Studies, Бутов, А.М., HSE Centre of Development Institute, Moscow*

### **The Russian Auto Industry: Key Features, the Effect of Coronacrisis, Prospects**

**Abstract.** Based on in-depth interviews with representatives of Russian auto makers, statistical data, analytical reports and official documents, the paper reviews some key features and trends of the industry prior to the crisis, principal effects of the COVID-19 crisis, and evaluates future prospects of car manufacturing in Russia. The authors demonstrate that the sector utterly depends on massive direct investments from giant international auto makers, proactive state policy as well as major players' commitment to the domestic market. In the meantime, both domestic and international manufacturers are subject to pressure from the state, which, however, has radically different goals. The international manufacturers are encouraged to localize production and bring to Russia new stages of production cycle. The domestic manufacturers are compelled to safeguard jobs and observe other social obligations. It is shown that the crisis has not brought about significant adverse effects and has not created new problems for the sector, although it augmented some of the earlier contradictions. During the pandemic, the sectoral measures of anti-crisis support played an important role, as did close ties to the state bodies that allowed restoring operation of supply chains and dealers' networks. Of great importance for the future development of the sector is the dynamics of the domestic market closely connected to the general economic situation, the state policy regarding the localization of production and regulation of various players' access to measures of state support, as well as development of Russian manufacturers of auto parts. As for principal restrictions for the industry development, it is the vague prospects of its technological future in Russia, which mostly suffers from the lack of a clearly defined government strategy in this regard.

**Keywords:** *auto industry; COVID-19; crisis; anti-crisis measures; technological development*

## References

- Butov, A. (2020). *The market of new passenger cars-2020*. HSE Centre of Development. (In Russ.).
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hogan, J., Dolan, P., Donnelly, P. (2009). *Approaches to qualitative research: Theory and its practical application*. Cork: Oak Tree Press.
- HSE (2021). *"Black Swan" in a White Mask*. Analytical Report of NRU HSE on the Anniversary of the COVID-19 Pandemic. Eds: S. Plaksin, A. Zhulin, S. Farizova. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.).

HSE, RSPP (2021). *Assessing the Impact of the COVID-19 Pandemic Crisis on Russian Industries and their Post-Crisis Development*. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.).

Mnatsakanova, V. (2020). A brief overview of the key technological innovations of the automotive industry. *Russian Journal of Innovation Economics. Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*. Vol. 10. No. 1. Pp. 345–362. (In Russ.). DOI: 10.18334/vinec.9.4.41354 (In Russ.).

Simachev, Yu., Ivanov, D., Korotkov, M., Kuznetsov, B., Kuzyk, M. (2012). *State Anti-Crisis Support for Large and Systemic Companies: Trends, Specifics and Lessons of Russian Practice*. Moscow: “Delo” RANE Publishing House. (In Russ.).

Simachev, Yu., Kuzyk, M., Kuznetsov, B., Pogrebnyak, E. (2014). Russia on the Path Towards a New Technology-Industrial Policy: Exciting Prospects and Fatal Traps. *Foresight-Russia*. Vol. 8. No 4. Pp. 6–23.

Simachev, Yu., Kuzyk, M., Zudin, N. (2016). Import Dependence and Import Substitution in Russian Manufacturing: A Business Viewpoint. *Foresight and STI Governance*. Vol. 10. No. 4. Pp. 25–45. DOI: 10.17323/1995–459X.2016.4.25.45

Tishchenko, T. (2021). International Experience of State Support for the Automotive Industry. *Vestnik of Samara State University of Economics*. No. 1. Pp. 9–17. (In Russ.).

**For citation:** Simachev, Yu.V., Kuzyk, M.G., Butov, A.M. (2021). The Russian Auto Industry: Key Features, the Effect of Coronacrisis, Prospects. *ECO*. No.8. Pp. 8–37. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2021-8-8-37