

**Д. В. Зинкевич**  
*Научный руководитель — кандидат экономических наук И. В. Прыгун*  
*БГЭУ (Минск)*

## **ПРОБЛЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ АВТОБИЗНЕСА**

На белорусском рынке продаж автомобилей наблюдается рост (по итогам марта 2020 г. по сравнению с мартом 2019 г.). Объемы продаж намного опережают даже плановые показатели 2020 г. На примере статистики по продажам в ООО «Атлант-М»: март 2019 г. — 1920 авто, март 2020 г. (план) — 2000 авто, март 2020 г. (факт) — 2710 авто [1].

Однако прогнозируется, что этот всплеск продаж уже в апреле-мае 2020 г. обернется крахом автомобильного рынка. Резкий рост количества продаваемых автомобилей в марте 2020 г. обусловлен стремительным ростом курса USD по отношению к белорусскому рублю и желанием населения приобрести автомобили до повышения цен на них [2].

В автомобильной отрасли есть эффект не только со стороны спроса, но и со стороны предложения. Приостановка производства в Китае уже в феврале 2020 г. ударила по объемам производства автомобилей в других странах мира. А в настоящее время производство автомобилей и автокомпонентов остановлено почти во всех странах мира из-за карантина. Так, белорусский завод БелДжи по сборке китайских автомобилей Geely испытывает перебои с поставкой запчастей и комплектующих, без которых сборка невозможна.

Сегодня рынок продаж автомобилей в Республике Беларусь имеет следующие проблемы:

- обнуление ставки ввозной таможенной пошлины на электромобили лишает белорусских автодилеров около 5–8 % клиентов;
- увеличение размера утилизационного сбора с 1 июля 2019 г. (для авто моложе трех лет — на 49,5 бел. руб., для авто старше трех лет — на 74,2 бел. руб.) сказывается на ценообразовании в отрасли;
- повышение цен на топливо (с начала года цена на топливо увеличилась на 5 %) заставляет автовладельцев и потенциальных покупателей авто пересмотреть свои финансовые возможности.

Проблемы риск-менеджмента в сфере автобизнеса усиливаются влиянием надвигающегося мирового экономического кризиса и пандемией нового вируса COVID-2019. Некоторые последствия такого влияния:

- шок со стороны спроса — резкое снижение доходов клиентов и склонности к приобретению товаров длительного пользования;

- шоки со стороны предложения — рост цены автомобилей из-за девальвации национальных валют, сбои производства (временная нехватка автомобилей даже для снизившегося спроса);
- сжатие автокредитования, что не позволяет клиентам расширить свои финансовые возможности для покупки автомобиля;
  - увеличение срока использования клиентами своих автомобилей;
  - полный уход с рынка отдельных категорий B2B клиентов;
  - рост склонности отдельных B2C клиентов к онлайн-покупкам для минимизации посещения дилерских центров;
- из-за карантина или падения спроса на автомобили закрываются многие заводы по производству автомобилей или комплектующих для них (например, завод Geely в Китае, заводы Peugeot, Citroen в Европе и т.д.).

### **Источники**

1. Белов, Е. А. Отчет о продажах новых автомобилей в первом квартале 2020 г. / Е. А. Белов. — Минск : Атлант-М, 2020. — 6 с.
2. Пресс-конференция, посвященная итогам продаж 2019-го г. [Электронный ресурс] // Белорусская Автомобильная Ассоциация. — Режим доступа: <https://auto-baa.by/home#stats>. Дата доступа: 31.03.2020.