

## ОАО «АВТОВАЗ»: КРАТКИЙ ОБЗОР КОМПАНИИ

май 2007

ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим российским машиностроительным предприятием с годовой выручкой более 150 млрд. рублей и объемом производства порядка 965.2 тыс. автомобилей и сборочных автокомплектов в год.

В настоящее время ОАО «АВТОВАЗ» выпускает 14 моделей автомобилей шести основных семейств, в том числе новый автомобиль класса «В» LADA Kalina. В 2007 году ОАО «АВТОВАЗ» начало производство и продажи автомобилей LADA Priora, которые заменят популярное семейство LADA 110.

В рамках соглашения с канадской компанией Magna ОАО «АВТОВАЗ» проводит разработку принципиального нового автомобиля класса «С», который должен возглавить модельный ряд компании с конца 2009 года. Планируемая розничная цена и комплектация автомобиля позволит обеспечить его конкурентоспособность по сравнению с моделями иностранных марок схожей ценовой категории, собираемых в России.

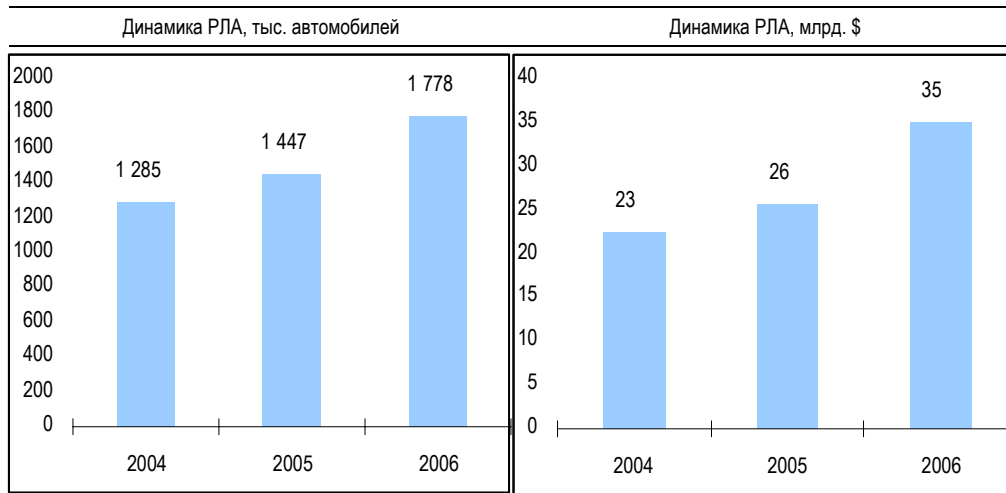
Развитие и обновление модельного ряда ОАО «АВТОВАЗ», начало сотрудничества с сильным стратегическим партнером и планируемый запуск новых моделей автомобилей классов «С» и «В» обеспечивают конкурентоспособность ОАО «АВТОВАЗ» на российском рынке легковых автомобилей в среднесрочной перспективе.

При этом долгосрочная конкурентоспособность ОАО «АВТОВАЗ» будет во многом зависеть от способности компании оперативно реагировать на изменения потребительских предпочтений и способности удовлетворять их посредством разработки новых, отвечающих новым требованиям автомобилей. Предпосылками для успешного развития компании являются проводимая в настоящий момент консолидация более, чем 75-процентного пакета голосующих акций ОАО «АВТОВАЗ» в руках государства и возможность привлечения стратегического инвестора за счет продажи ему блокирующего пакета акций компании.

Выручка ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ в 2006 году составила порядка 152 млрд. рублей, превысив уровень 2005 года на 15%. Компания смогла значительно повысить показатели рентабельности, а также снизить долговую нагрузку: отношение чистого финансового долга ОАО «АВТОВАЗ» к показателю EBITDA составило по итогам 2006 года 0.69 по сравнению с 1.98 в 2005 году.

## КРАТКИЙ ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Российский рынок легковых автомобилей (РЛА) по количеству ежегодно продаваемых на нем автомобилей является восьмым в мире и пятым в Европе, и сравним по объему с рынками таких стран, как Франция и Италия. Согласно исследованию "The Russian Automotive Market. Industry Overview", выпущенному компанией Ernst & Young весной 2007 года, в 2006 году объем российского РЛА составил 1 778 тыс. автомобилей, что на 23% превысило уровень 2005 года. В денежном выражении объем рынка, согласно данным того же исследования, составил порядка \$35 млрд., увеличившись на 36% к уровню 2005 года. Ниже представлены основные показатели развития российского РЛА в течение 2004-2006 гг.:

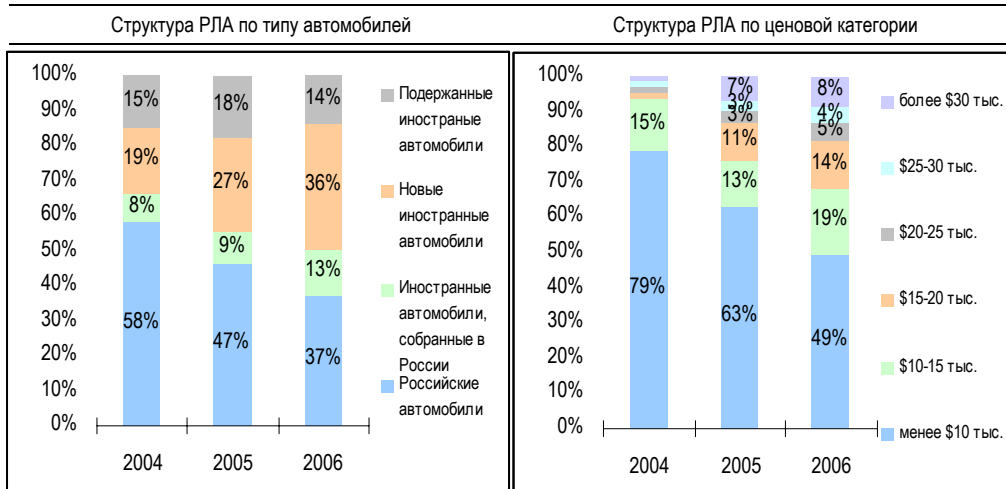


Источник: Ernst &amp; Young

Источник: Ernst &amp; Young

В 2006 году наиболее популярными по-прежнему были новые российские автомобили, доля которых в общем объеме продаж составила порядка 37%. Для сравнения: в 2004 году доля данной категории составляла порядка 58%. При этом доля новых автомобилей иностранного производства составила в 2006 году уже 36%, увеличившись в течение 2 лет на 17%.

Наиболее популярны в 2006 году были автомобили в ценовой категории до \$10 тыс., доля которых в общем объеме продаж составила 49.2%. При этом доля данного сегмента снизилась с 79.2% в 2004 году. Наибольший же прирост наблюдался в ценовом сегменте \$15-20 тыс., который в 2004 году составлял менее 2%, а в 2006 году – уже 13.8%.



Источник: Ernst &amp; Young

Источник: Ernst &amp; Young

Крупнейшим производителем автомобилей в России в 2006 году осталось ОАО «АВТОВАЗ», которое в 2006 году произвело 965.2 тыс. автомобилей и сборочных автокомпонентов. Доля автомобилей LADA в общем объеме производства легковых

автомобилей составила в 2006 году 71%, а в общем объеме производства автомобилей российских марок – 81%.

| Марка автомобиля                      | 2004          | 2005          | 2006          |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| LADA *                                | 965.3         | 910.5         | 918.1         |
| ГАЗ                                   | 65.7          | 51.8          | 51.7          |
| УАЗ                                   | 31.1          | 29.1          | 28.5          |
| Прочие российские производители       | 89.0          | 49.6          | 16.7          |
| <b>Всего российские производители</b> | <b>1151.1</b> | <b>1041.0</b> | <b>1015.0</b> |
| Chevrolet **                          | 58.4          | 53.6          | 67.5          |
| Ford                                  | 29.7          | 33.0          | 62.4          |
| Renault                               | 0.5           | 10.3          | 48.5          |
| Hyundai                               | 30.0          | 42.5          | 48.4          |
| KIA ***                               | 11.8          | 15.6          | 28.0          |
| Chery                                 | -             | -             | 12.2          |
| SsanYong                              | -             | 0.0           | 4.5           |
| BMW                                   | 2.4           | 2.3           | 3.8           |
| Hummer                                | 0.1           | 0.2           | 0.5           |
| Cadillac                              | -             | 0.2           | 0.3           |
| Прочие зарубежные производители       | 0.2           | 0.2           | 0.8           |
| <b>Всего зарубежные производители</b> | <b>133.2</b>  | <b>158.0</b>  | <b>276.9</b>  |
| <b>Всего производство автомобилей</b> | <b>1284.3</b> | <b>1199.0</b> | <b>1291.9</b> |

Источник: Ernst & Young, ОАО «АВТОВАЗ»

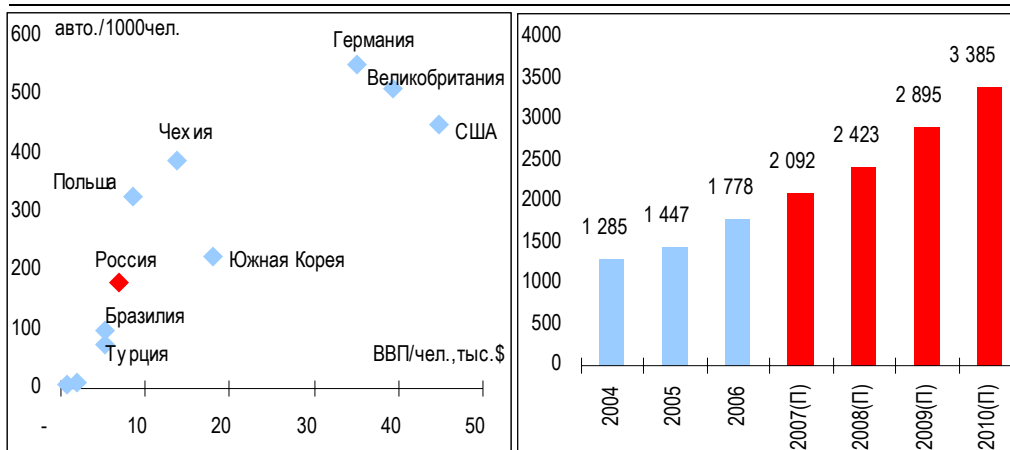
\* включая производства автомобилей LADA и автокомплектов, произведенных на ОАО «АВТОВАЗ» ; \*\* - производство на СП GM-АВТОВАЗ и заводе Автотор ; \*\*\* - производство на заводе ИЖ-Авто и Автотор

Важнейшей тенденцией в российской автомобильной промышленности является строительство новых автосборочных производств, которые в 2006 году обеспечили производство свыше 133 тыс. автомобилей. При этом в настоящий момент планируемые к строительству мощности составляют порядка 1.85 млн. автомобилей в год, из которых 1.28 млн. автомобилей в год являются подтвержденными проектами, а оставшиеся находятся в стадии обсуждения.

Крупнейшим перспективным проектом является совместный проект ОАО «АВТОВАЗ» и канадской компании Магна по разработке и постановке на производство нового семейства легковых автомобилей класса «С». Серьезные планы по строительству автозаводов в России имеют такие компании, как Chery (200 тыс. автомобилей в год), FIAT (155 тыс. в год) и VW (115 тыс. в год).

Сравнительная обеспеченность автомобилями в 2005 г.

Прогноз развития российского РЛА



Источник: Ernst & Young, ВТБ

Источник: Ernst & Young

Планы производителей отражают сохраняющийся потенциал роста российского рынка легковых автомобилей. Суммарный объем продаж новых легковых автомобилей уже в 2010 году может составить около 3.4 млн. автомобилей. При этом по обеспеченности автомобилями на душу населения Россия все еще значительно отстает как от большинства развитых стран, так и от стран Восточной Европы, в которых уровень обеспеченности автомобилями примерно в 2 раза превышает российский.

**Таким образом, растущая емкость российского РЛА будет обеспечиваться наращиванием внутрироссийского производства автомобилей, прежде всего, за**

счет новых производств отечественных и зарубежных компаний. Исходя из динамики последних лет, в среднесрочной перспективе следует ожидать сохранения высокого спроса на автомобили в ценовой категории USD10-20 тыс., которая будет наиболее востребованной потребителями, принимая во внимание ожидаемое продолжение роста реальных доходов населения и развития кредитных схем продаж. При этом значительная часть планируемых производственных мощностей ориентирована именно на выпуск автомобилей, принадлежащих к указанной выше ценовой категории.

## ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОАО «АВТОВАЗ»

ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим российским машиностроительным предприятием с годовой выручкой на уровне порядка 152 млрд. рублей и объемом производства на уровне 965.2 тыс. автомобилей и сборочных автокомплектов в год.

ОАО «АВТОВАЗ» ведет свою историю с 1966 года, когда было принято правительственное постановление о строительстве в городе Тольятти завода по производству легковых автомобилей. Основным партнером АВТОВАЗа на тот момент был итальянский концерн FIAT, с которым было подписано генеральное соглашение о сотрудничестве, а разработки FIAT стали базовыми для российской автомобильной промышленности. Первый автомобиль сошел с конвейера АВТОВАЗа в апреле 1970 года, а спустя 40 лет завод отметил выпуск 25-миллионного автомобиля (с учетом автокомплектов).

В 2001 году АВТОВАЗ подписал генеральное соглашение с корпорацией General Motors и Европейским банком реконструкции и развития о создании совместного предприятия по выпуску легковых автомобилей, а уже в 2002 году на рынке появилась Chevrolet Niva – представитель нового семейства российских внедорожников.

В настоящий момент ОАО «АВТОВАЗ» – это один из крупнейших промышленных комплексов, градообразующее предприятие для г. Тольятти и один из крупнейших налогоплательщиков России и Самарской области. В ОАО «АВТОВАЗ» трудятся более 107 тыс. человек.

Председателем совета директоров ОАО «АВТОВАЗ» является Сергей Викторович Чемезов – генеральный директор ФГУП «Рособоронэкспорт».

Одной из задач, стоящих перед ОАО «АВТОВАЗ» является ликвидация перекрестной структуры акционирования предприятия, в результате которой в собственности ФГУП «Рособоронэкспорт» планируется консолидировать порядка 75% акций ОАО «АВТОВАЗ». В перспективе планируется сохранить контроль ФГУП «Рособоронэкспорт» над ОАО «АВТОВАЗ» При этом рассматривается возможность продажи блокирующего пакета акций ОАО «АВТОВАЗ» стратегическому инвестору.

## СТРАТЕГИЯ ОАО «АВТОВАЗ»

### МИССИЯ И ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ

Мы создаём для наших клиентов качественные автомобили по доступным ценам, принося стабильную прибыль нашим акционерам, улучшая благосостояние наших сотрудников и повышая ценность нашего бизнеса во благо Отечества.

Основными ценностями ОАО «АВТОВАЗ» являются:

- Лояльность потребителей
- Сильная торговая марка
- Высокий научно-технический потенциал
- Прочная деловая репутация
- Социальная ответственность

### СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТЫ

ОАО «АВТОВАЗ» в своей деятельности ориентируется на достижение следующих стратегических целей:

**Лидерство**

- Сохранение лидерства на российском автомобильном рынке;
- Активная интеграция в мировое автомобилестроение;
- Достижение передового уровня квалификации персонала;

**Эффективность**

- Эффективное управление ресурсами и затратами;
- Постоянное улучшение качества;
- Развитие корпоративной культуры, ориентированной на достижение результата.

**Гибкость**

- Внедрение передовых гибких технологий производства автомобилей;
- Оперативное реагирование компании на требования рынка;
- Обеспечение потребителей автомобилями, соответствующими международным нормам безопасности и экологии.

Ключевым стратегическим приоритетом ОАО «АВТОВАЗ» является обновление существующего модельного ряда и разработка новой автомобильной продукции с целью выпуска следующего поколения конкурентоспособных и доступных для широкого круга россиян автомобилей, которые, в том числе, должны соответствовать международным нормам безопасности и экологии.

Для реализации данного стратегического приоритета ОАО «АВТОВАЗ» планирует решать вопросы развития, увеличивая объемы производства и продаж, при одновременном повышении эффективности производства, в том числе за счет снижения затрат, совершенствования корпоративной структуры и повышения эффективности инвестиций за счет внедрения принципов и системы проектного управления.

Также важнейшими стратегическими приоритетами ОАО «АВТОВАЗ» являются повышение качества продукции и повышение доли экспорта в общей структуре продаж до уровня 30%.

**БИЗНЕС ОАО «АВТОВАЗ»****МОДЕЛЬНЫЙ РЯД**

В настоящее время ОАО «АВТОВАЗ» выпускает 14 моделей автомобилей шести основных семейств (не включая модификаций):

- LADA 2105/2107 (LADA 2105, LADA 2107)
- LADA Samara (LADA SAMARA седан, LADA SAMARA хэтчбек 5дв., LADA SAMARA хэтчбек 3дв.)
- LADA Kalina (LADA Kalina седан, LADA Kalina хэтчбек)
- LADA 110 (LADA 110 седан, LADA 110 хэтчбек, LADA 110 универсал, LADA 112 Coupe)
- LADA Priora (LADA Priora седан)
- LADA 4x4 (LADA 4x4 3дв., LADA 4x4 5дв.)

Ниже представлены основные автомобили модельного ряда ОАО «АВТОВАЗ»:

**LADA 2105/2107**



**LADA Samara**



**LADA 110**



**LADA Kalina**



**LADA Priora**



**LADA 4x4**



## МОДЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

1 февраля 2007 года в Москве состоялось заседание совета директоров ОАО "АВТОВАЗ", в ходе которого была утверждена модельная политика компании до 2009 года.

Основными направления модельной политики ОАО «АВТОВАЗ» являются:

- Обновление и расширение модельного ряда;
- Модернизация действующих моделей по доведению до современных требований по токсичности, безопасности правил ЕЭК ООН R94, R95, и т.д.

В рамках **обновления и расширения модельного ряда** основной целью ОАО «АВТОВАЗ» является своевременное реагирование на возрастающие законодательные требования и запросы потребителей. Основными задачами ОАО «АВТОВАЗ» в рамках обновления модельного ряда являются:

- Учет «фактора новизны» - желания потребителей обладать новым автомобилем, отличным от других моделей выбранной марки и от аналогов. В рамках данной задачи ОАО «АВТОВАЗ» активизирует работу по постоянному изменению стиля кузова, интерьера и экстерьера.
- Повышение жизненного уровня потребителей - оснащение автомобилей дополнительным комфортным оборудованием.
- Учет ужесточения законодательных норм по токсичности и безопасности.

Ключевыми проектами ОАО «АВТОВАЗ» в рамках обновления и расширения модельного ряда являются проекты LADA Kalina, LADA Priora и семейство LADA C.

**Новая модель LADA Kalina** – яркий представитель класса «В» - городских компактных автомобилей. Рост обеспеченности населения легковыми автомобилями привел к наличию потенциального спроса в ценовом сегменте до \$10.000 на автомобили класса «В» в России, что подтверждается результатами маркетинговых исследований. Порядка 25% целевой группы потребителей автомобилей ОАО «АВТОВАЗ» готовы выбрать эту модель в качестве своего следующего автомобиля. Более трети всех потенциальных покупателей считают, что LADA KALINA сопоставима по своим характеристикам с новыми иномарками.

Проект предполагает осуществить разработку и постановку на производство на основной площадке ОАО «АВТОВАЗ» переднеприводных автомобилей класса «В» - семейства LADA Kalina в объеме 220 тысяч автомобилей в год. В настоящее время запущены в производство LADA Kalina седан, LADA Kalina хэтчбек и идет наращивание производства до выхода на проектную мощность, по универсалу LADA Kalina универсал – проводится подготовка производства – изготовление штампов, пресс-форм, сварочных стендов, закупка и монтаж оборудования. Общий объем инвестиций в проект составляет 608 млн. USD.

Автомобили семейства **LADA Priora** являются развитием семейства автомобилей LADA 110. Производство автомобилей LADA Priora было начато в марте 2007 года с базовой модели LADA Priora седан. В 2008 году семейство планируется дополнить модификациями с кузовом «хэтчбек» и «универсал».

Объем изменений по сравнению с автомобилями семейства LADA 110 включает в себя новый силовой агрегат на базе двигателя ВАЗ-21126 с уменьшенными механическими потерями, полностью новый интерьер с термо, вибро, шумоизоляцией из новых материалов, обладающих улучшенными свойствами и с обновленным кузовом, выполняющим правила R94 и R95.

В течение 2007-2008 гг. намечено завершить цикл ОКР по наполнению автомобилей семейства такими опциями, как климатическая система, система АБС, подушки безопасности, АКП, парктроник.

22 декабря 2006 года заключено рамочное Соглашение о сотрудничестве между ОАО "АВТОВАЗ" и Magna International Inc, которое предусматривает сотрудничество партнеров по созданию **нового российского автомобиля класса «С»**. В соответствии с Рамочным Соглашением установлены следующие направления сотрудничества:

- разработка легкового автомобиля с кузовом типа седан и двумя другими вариантами - хэтчбек и универсал (базовый автомобиль) в классе С легковых автомобилей, в последующем разработка до шести модификаций автомобилей семейства «С» на базе платформы этого автомобиля;



- производство Базовых автомобилей и/или модификаций автомобилей с применением современного технологического процесса

Согласно подписанному Меморандуму, в 2009 году должна быть завершена разработка базового автомобиля, создана система поставки автокомпонентов



Соглашение также предусматривает основную роль Magna International Inc. в формировании комплекса партнеров - поставщиков автокомпонентов и сборочных модулей для новых моделей ОАО «АВТОВАЗ». В качестве основного направления локализации производства комплектующих изделий рассматривается организация их выпуска на отдельных производственных площадях в рамках расширения тольяттинского технопарка.

## ПРОИЗВОДСТВО

В 2006 году ОАО «АВТОВАЗ» произвело 965.2 тыс. автомобилей и автомобильных комплектов. Наиболее значительным был рост производства LADA Kalina, что связано с началом масштабного выхода на рынок этой новой модели ОАО «АВТОВАЗ». По другим моделям, таким как LADA 110 и LADA Samara, наблюдалось снижение производства. Ниже представлена динамика и структура производства автомобилей ОАО «АВТОВАЗ» в 2004-2006 гг., а также план компании на 2007 год:

|  | 2004           | 2005         | 2006         | 2007<br>(план) |
|--|----------------|--------------|--------------|----------------|
| <b>Производство автомобилей всего, в т.ч.:</b> | <b>718.0</b>   | <b>721.5</b> | <b>765.6</b> | <b>771.7</b>   |
| <b>Основная площадка, в т.ч.:</b>              | <b>708.3</b>   | <b>712.4</b> | <b>753.4</b> | <b>758.7</b>   |
| LADA 2104/2105/2106/2107                       | 207.4          | 207.4        | 214.0        | 210.3          |
| LADA Samara                                    | 239.9          | 233.3        | 226.1        | 210.3          |
| LADA Kalina                                    | 0.0            | 18.1         | 76.3         | 125.0          |
| LADA 110                                       | 239.5          | 224.0        | 205.8        | 93.5           |
| LADA Priora                                    | 0.0            | 0.0          | 0.0          | 84.6           |
| LADA 4x4 3дв.                                  | 21.5           | 29.6         | 31.2         | 35.0           |
| <b>ОПП, в т.ч.:</b>                            | <b>9.7</b>     | <b>9.1</b>   | <b>12.2</b>  | <b>13.0</b>    |
| LADA 4x4 5дв.                                  | 8.2            | 8.2          | 11.7         | 5.0            |
| LADA 2120                                      | 1.5            | 0.8          | 0.0          | 0.0            |
| LADA 112 Coupe                                 | 0.0            | 0.0          | 0.5          | 8.0            |
| прочие   | 0.0            | 0.1          | 0.0          | 0.0            |
| <b>Сборочные комплекты на базе кузова</b>      | <b>247.3</b>   | <b>189.0</b> | <b>152.5</b> | <b>135.1</b>   |
| GM-AVTOVAZ                                     | 54.0           | 49.7         | 47.1         | 53.0           |
| <b>ВСЕГО автомобилей и машинокомплектов</b>    | <b>1 019.3</b> | <b>960.2</b> | <b>965.2</b> | <b>959.8</b>   |

В 2007 году ОАО «АВТОВАЗ» планирует произвести почти 960 тыс. автомобилей и автокомплектов, что примерно соответствует уровню 2006 года. ОАО «АВТОВАЗ» планирует увеличить производство автомобилей LADA Kalina до 125 тыс. с 76 тыс. в 2006 году.

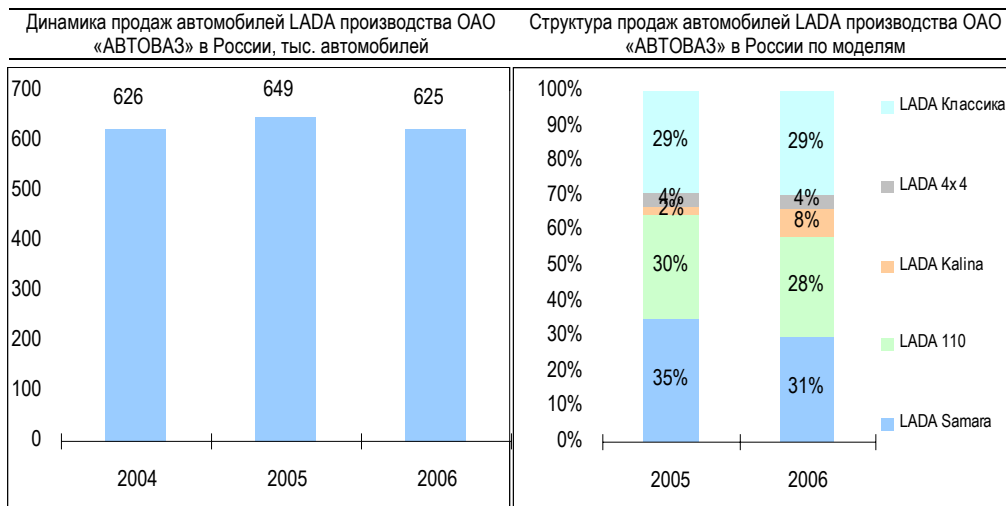
## МАРКЕТИНГ, ПРОДАЖИ И СЕРВИСНАЯ СЕТЬ

Сбыт и маркетинг продукции ОАО «АВТОВАЗ» осуществляется как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Большое внимание в компании уделяется вопросам совершенствования технологий маркетинга и продаж. В области маркетинга и сбыта предприятие сконцентрировано на следующих направлениях:



- повсеместное внедрение продажи автомобилей в кредит и лизинг;
- повышение качества послепродажного обслуживания;
- совершенствование технологий исследования рынков и внедрение широко распространенных за рубежом количественных характеристик, таких как индекс удовлетворенности потребителей и индекс лояльности;
- внедрение «Фирменного стиля ОАО «АВТОВАЗ» на собственных и независимых структурах товаропроводящей сети.

В 2006 году на рынке России продано дилерами 624 953 автомобиля LADA. Ниже представлена динамика и структура продаж автомобилей LADA на российском внутреннем рынке:



Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

Основными потребителями продукции ОАО «АВТОВАЗ» на внутреннем рынке в 2006 г. были жители Москвы и Московской области, на их долю пришлось порядка 15% всех продаж автозавода. Среди федеральных округов лидировали Центральный, Приволжский и Уральский.

В 2006 году объем продаж автомобилей LADA на экспорт, отгруженных дилерам, составил 99 096 штук, что превысило уровень 2005 года на 2.7%. Ниже представлена структура экспортных продаж автомобилей LADA по семействам и регионам в 2006 году:

| Модель        | СНГ           |             | Европа        |             | Другие        |             |
|---------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
|               | Кол-во        | Доля, %     | Кол-во        | Доля, %     | Кол-во        | Доля, %     |
| LADA Классика | 17 715        | 25%         | 22            | 0%          | 6 178         | 53%         |
| LADA Samara   | 17 040        | 24%         | 2             | 0%          | 2 220         | 19%         |
| LADA 110      | 17 606        | 25%         | 4 304         | 26%         | 1 342         | 12%         |
| LADA 4x4      | 4 888         | 7%          | 11 044        | 66%         | 551           | 5%          |
| LADA Kalina   | 13 392        | 19%         | 1 420         | 8%          | 1 372         | 12%         |
| <b>Итого</b>  | <b>70 641</b> | <b>100%</b> | <b>16 792</b> | <b>100%</b> | <b>11 663</b> | <b>100%</b> |

Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

Почти 66% экспортируемых в Европу автомобилей составляют автомобили LADA 4x4. В страны Ближнего Востока и Латинской Америки 53% поставок составляют LADA 2107. А в странах СНГ экспорт практически равномерно распределился между LADA 110, Samara, 2105/2107 и Kalina.

Помимо продаж собственно автомобилей, в 2006 году ОАО «АВТОВАЗ» реализовало внутри России и за ее пределами 152 тыс. сборочных автокомплектов и силовых агрегатов.

Экспортные поставки ОАО «АВТОВАЗ» осуществляются за счет наличия собственной дилерской сети, в рамках которой ОАО «АВТОВАЗ» имеет эксклюзивного дистрибутора в каждой стране, куда осуществляются экспортные поставки.

Сервисно-сбытовая сеть ОАО «АВТОВАЗ» на внутреннем рынке представляет собой динамично развивающуюся структуру, состоящую из 400 предприятий, имеющих в

общей сложности 464 торговые точки, среди которых: 61 дистрибьютор и 339 дилеров (в т.ч. 377 дилерских точек).

В 2006 году увеличилось количество дилеров первой категории, обладающими наибольшими мощностями по техническому обслуживанию и объемам розничных продаж автомобилей LADA. Часть предприятий 2 и 3 категории по результатам выполнения согласованных планов существенно повысили уровень оснащения и, соответственно, - категорийность.

В течение 2006 года проводилась актуализация программ развития сервисно-сбытовой сети по субъектам Российской Федерации. В программах определены направления развития сети в каждом регионе и мероприятия для повышения сбалансированности рынка автомобилей LADA.

Дилерам определены квоты на поставку автомобилей, причем для всех без исключения установлены единые отпускные цены, система скидок не предусмотрена. Расходы по доставке автомобилей в регионы ОАО «АВТОВАЗ» берет на себя, т.е. независимо от региона цена для всех дилеров будет одинаковой. Данное построение сервисно-сбытовой сети направлено на борьбу с «серыми» дилерами, продающими автомобили LADA дешевле, чем официальные дилеры. В условиях роста доходов потребители будут стремиться покупать автомобили у официальных продавцов, получая помимо самого автомобиля соответствующий пакет услуг по его содержанию и эксплуатации.

В настоящее время для всех дилеров установлены единые требования, которые регламентируют основные характеристики сооружений по продаже автомобилей, СТО, помещений для клиентов, виды услуг, перечень основного оборудования, информационное обеспечение и использование корпоративных элементов стиля. В случае если дилер не удовлетворяет данным требованиям, он лишается статуса официального дилера.

Важным направлением стимулирования продаж автомобилей ОАО «АВТОВАЗ» является развитие кредитных программ. В настоящее время практически все предприятия сервисно-сбытовой сети ОАО «АВТОВАЗ» совместно с банками-партнерами самостоятельно предлагают программы кредитования. Многие дилеры организовали непосредственно в своих автосалонах рабочие места для представителей нескольких банков, и предлагают покупателям на выбор несколько программ кредитования автомобилей LADA на различных условиях. Объемы продаж автомобилей LADA в кредит в отдельных регионах достигают 40-50% от общего объема реализации. Всего в 2006 году в кредит было продано 40% автомобилей LADA.

**В целом, в настоящий момент бизнес-модель ОАО «АВТОВАЗ» находится в стадии реформирования в соответствии с меняющимися реалиями российского рынка легковых автомобилей. Ключевой задачей ОАО «АВТОВАЗ» является сохранение конкурентоспособности, что можно достигнуть за счет грамотной модельной политики.**

**Предпринятые компанией шаги, как в области начала производства новых моделей (LADA Priora и LADA Kalina), так и в области разработки нового автомобиля класса «С» совместно с ведущим мировым производителем автокомпонентов, являются своевременными и обеспечивающими конкурентоспособность ОАО «АВТОВАЗ» в среднесрочной перспективе, принимая во внимание ценовой диапазон, в котором позиционируются новые автомобили. При этом у ОАО «АВТОВАЗ» сохраняются существенные конкурентные преимущества, связанные с наличием широкой дилерской сети и сети СТО.**

**Вместе с тем, долгосрочная конкурентоспособность компании во многом зависит от способности осуществлять своевременное обновление модельного ряда и реагировать на меняющиеся потребительские предпочтения, что, учитывая высокую капиталоемкость автомобильной промышленности, сопряжено со значительными инвестициями. Привлечение стратегического партнера в лице компании Magna, а также возможность продажи блокирующего пакета акций ОАО «АВТОВАЗ» стратегическому инвестору являются факторами, оказывающими поддержку долгосрочной конкурентоспособности ОАО «АВТОВАЗ».**

## КРАТКИЙ ОБЗОР ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

ОАО «АВТОВАЗ» готовит финансовую отчетность как по РСБУ, так и по МСФО. Публикация консолидированной отчетности компании за 2006 год по МСФО ожидается в июне 2007 года. Далее в данном документе представлены показатели ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ.

По итогам 2006 года выручка ОАО «АВТОВАЗ» увеличилась на 15%, достигнув уровня 152 млрд. рублей (порядка USD 5.6 млрд.). При этом компания существенно повысила эффективность своей деятельности, увеличив показатель EBITDA на 39%, а чистую прибыль на 79%. Ниже приводятся основные показатели отчета о прибылях и убытках ОАО «АВТОВАЗ»:

| данные в млн. рублей          | 2004         | 2005        | 2006         |
|-------------------------------|--------------|-------------|--------------|
| Выручка                       | 125 976      | 132 531     | 152 445      |
| Себестоимость                 | -107 364     | -119 523    | -134 699     |
| Валовая прибыль               | 18 612       | 13 008      | 17 746       |
| <i>Валовая рентабельность</i> | <i>14.8%</i> | <i>9.8%</i> | <i>11.6%</i> |
| Прибыль от продаж             | 13 415       | 7 500       | 11 480       |
| <i>Рентабельность продаж</i>  | <i>10.6%</i> | <i>5.7%</i> | <i>7.5%</i>  |
| Проценты к получению          | 33           | 31          | 287          |
| Проценты к уплате             | -1 959       | -2 138      | -1 979       |
| Прибыль до налогообложения    | 8 320        | 521         | 5 691        |
| Чистая прибыль                | 5 600        | 1 400       | 2 512        |
| <i>Чистая рентабельность</i>  | <i>4.4%</i>  | <i>1.1%</i> | <i>1.6%</i>  |
| EBITDA                        | 13 317       | 8 180       | 11 333       |
| <i>Рентабельность EBITDA</i>  | <i>10.6%</i> | <i>6.2%</i> | <i>7.4%</i>  |

Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

Активы ОАО «АВТОВАЗ» составили по итогам 2006 года 118 млрд. рублей, что на 7% превысило уровень 2005 года. Ниже приводятся основные показатели баланса ОАО «АВТОВАЗ»:

| данные в млн. рублей                         | 2004           | 2005           | 2006           |
|--|----------------|----------------|----------------|
| <b>Внеоборотные активы, в т.ч.</b>           | <b>71 906</b>  | <b>74 790</b>  | <b>75 386</b>  |
| основные средства                            | 46 926         | 50 758         | 53 242         |
| незавершенное строительство                  | 15 814         | 12 600         | 10 198         |
| долгосрочные финансовые вложения             | 5 228          | 6 134          | 6 176          |
| прочие внеоборотные активы                   | 3 938          | 5 298          | 5 770          |
| <b>Оборотные активы, в т.ч.</b>              | <b>36 716</b>  | <b>35 426</b>  | <b>42 638</b>  |
| Запасы                                       | 14 841         | 13 957         | 15 894         |
| дебиторская задолженность                    | 7 481          | 9 446          | 9 465          |
| краткосрочные финансовые вложения            | 7 278          | 6 592          | 14 438         |
| денежные средства                            | 2 014          | 1 077          | 834            |
| прочие оборотные активы                      | 5 102          | 4 354          | 2 007          |
| <b>Активы всего</b>                          | <b>108 622</b> | <b>110 216</b> | <b>118 024</b> |
| <b>Собственный капитал, в т.ч.</b>           | <b>45 526</b>  | <b>46 187</b>  | <b>48 516</b>  |
| уставный капитал                             | 16 062         | 16 062         | 16 062         |
| добавочный капитал                           | 35 784         | 35 593         | 35 492         |
| резервный капитал                            | 385            | 665            | 735            |
| нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | (6705)         | (6133)         | (3773)         |
| <b>Долгосрочные обязательства, в т.ч.</b>    | <b>28 449</b>  | <b>29 744</b>  | <b>28 069</b>  |
| займы и кредиты                              | 10 791         | 15 803         | 13 952         |
| прочие долгосрочные обязательства            | 17 658         | 13 941         | 14 117         |
| <b>Краткосрочные обязательства, в т.ч.</b>   | <b>34 647</b>  | <b>34 285</b>  | <b>41 439</b>  |
| займы и кредиты                              | 8 683          | 8 062          | 9 115          |
| кредиторская задолженность                   | 23 401         | 23 643         | 27 964         |
| прочие краткосрочные обязательства           | 2 563          | 2 580          | 4 360          |
| <b>Пассивы всего</b>                         | <b>108 622</b> | <b>110 216</b> | <b>118 024</b> |

Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

Финансовый долг ОАО «АВТОВАЗ» составил на конец 2006 года 23 млрд. рублей, а чистый финансовый долг (за вычетом денежных средств и краткосрочных финансовых вложений) – 7.8 млрд. рублей. Наряду с сокращением абсолютного уровня долга произошло и улучшение показателей долговой нагрузки. Так, отношение чистого долга

к показателю EBITDA снизилось до 0.69 с 1.98 по итогам 2005 года, а покрытие процентных платежей показателем EBITDA выросло с 3.83 в 2005 году до 5.73. Ниже представлены некоторые показатели долговой нагрузки и структуры капитала ОАО «АВТОВАЗ»:

| данные в млн. рублей        | 2004   | 2005   | 2006   |
|-----------------------------|--------|--------|--------|
| Финансовый долг всего       | 19 474 | 23 865 | 23 067 |
| Чистый финансовый долг      | 10 182 | 16 196 | 7 795  |
| Долг / капитал              | 0.43   | 0.52   | 0.48   |
| Капитал / активы            | 0.42   | 0.42   | 0.41   |
| Текущая ликвидность         | 1.05   | 1.03   | 1.02   |
| Срочная ликвидность         | 0.47   | 0.49   | 0.59   |
| Чистый долг / EBITDA        | 0.76   | 1.98   | 0.69   |
| Выручка / чистый долг       | 12.37  | 8.18   | 19.56  |
| EBITDA / процентные платежи | 6.80   | 3.83   | 5.73   |

Источник: ОАО «АВТОВАЗ»

В целом, финансовое состояние ОАО «АВТОВАЗ» в 2006 году улучшилось, по сравнению с 2005 годом. Так, рост выручки, показателей прибыли и рентабельности отражает сохранение сильных позиций компании на российском рынке легковых автомобилей и является результатом предпринятых компанией мер в области модернизации модельного ряда.

Текущий уровень долговой нагрузки ОАО «АВТОВАЗ» является умеренным. Снижение отношения чистого долга к показателю EBITDA в 2006 году, улучшение показателей ликвидности и уровня покрытия процентных платежей являются положительными факторами при оценке кредитного профиля компании.

Учитывая, что в среднесрочной перспективе (3-4 года) ОАО «АВТОВАЗ» сохранит устойчивый рынок сбыта внутри страны, благодаря продажам новых моделей LADA Kalina и LADA Priora и сохраняющемуся спросу на «старые» модели, а также сможет нарастить свое присутствие за рубежом за счет организации новых сборочных производств вне России, финансовое состояние компании на данный период можно оценивать как стабильное.

## КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

### СЛУЖБА ПРОДАЖ И КЛИЕНТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ВТБ

Кирилл Зарезов, руководитель службы.

Тел. +7-495-775-70-21. Email: zarezov@vtb.ru.

Тимур Быков, заместитель руководителя службы.

Тел. +7-495-775-70-26. Email: tbikov@vtb.ru.

Сергей Харлампович.

Тел. +7-495-775-70-25. Email: kharlampovich@vtb.ru.

### СИНДИКАЦИЯ ОБЛИГАЦИОННЫХ ЗАЙМОВ

Алексей Лушин

Тел. +7-495-775-71-13. Email: lushin@vtb.ru.

---

Настоящий документ имеет исключительно информационное значение и не может рассматриваться как предложение или побуждение к покупке или продаже ценных бумаг, а также связанных с ними финансовых инструментов. Описания любой компании или компаний, или их ценных бумаг, или рынков, или направлений развития, упомянутых в данном документе, не предполагают полноты их описания. Утверждения относительно прошлых результатов не обязательно свидетельствуют о будущих результатах.

Несмотря на то, что информация, изложенная в настоящем документе, была собрана из источников, которые ВТБ считает надежными, ВТБ не дает гарантий относительно их точности или полноты. При принятии инвестиционного решения инвесторам следует провести собственный анализ всех рисков, связанных с инвестированием в ценные бумаги. ВТБ, его руководство, представители и сотрудники не несут ответственности за любой прямой или косвенный ущерб, наступивший в результате использования информации, изложенной в настоящем документе.

ВТБ и связанные с ним стороны, должностные лица и/или сотрудники Банка и/или связанные с ними стороны могут владеть долями капитала компаний или выполнять услуги для одной или большего числа компаний, упомянутых в настоящем документе, и/или намереваются приобрести такие доли капитала и/или выполнять либо намереваться выполнять такие услуги в будущем (с учетом внутренних процедур ВТБ по избежанию конфликтов интересов). ВТБ и связанные с ним стороны могут действовать или уже действовали как дилеры с ценными бумагами или другими финансовыми инструментами, указанными в настоящем документе, или ценными бумагами, лежащими в основе таких финансовых инструментов или связанными с вышеуказанными ценными бумагами. Кроме того, ВТБ может иметь или уже имел взаимоотношения, или может предоставлять или уже предоставлял финансовые услуги упомянутым компаниям (включая инвестиционные банковские услуги, фондовый рынок и прочее). ВТБ может использовать информацию и выводы, представленные в настоящем документе, до его публикации.

Все выраженные оценки и мнения, представленные в настоящем документе, отражают исключительно личное мнение каждого аналитика, частично или полностью отвечающего за содержание данного документа.

© ВТБ, 2007. Все права защищены. Настоящий документ является исключительной собственностью ВТБ. Без письменного разрешения ВТБ запрещается цитирование и использование в любом виде всей или части информации, представленной в настоящем документе.

По вопросам проведения операций с ценными бумагами обращайтесь в отдел клиентского обслуживания: +7-495-775-70-21

---