



ОАО «АВТОВАЗ»

**Облигационный заем
3 000 000 000 рублей**

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

ОРГАНИЗАТОР И АНДЕРРАЙТЕР

 **Внешторгбанк**

Октябрь 2003





ОАО «АВТОВАЗ»

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

ОАО «АВТОВАЗ» осуществляет размещение выпуска неконвертируемых процентных документарных облигаций (далее – «Облигации») на предъявителя серии 02, с обязательным централизованным хранением в количестве 3 000 000 штук номинальной стоимостью 1 000 рублей каждая, со сроком погашения 1 638-й день с даты начала размещения.

Проспект эмиссии Облигаций зарегистрирован ФКЦБ РФ 14 октября 2003 года под государственным регистрационным номером 4-02-00002-А.

Раскрытие информации, связанной с размещением и обращением Облигаций, будет осуществляться в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, нормативными актами ФКЦБ России, Решением о выпуске и Проспектом Облигаций.

Октябрь 2003



ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕДСТАВЛЕННАЯ В ПЕРВОЙ ЧАСТИ МЕМОРАНДУМА, КРАТКО ОПИСЫВАЕТ ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ И СТРУКТУРУ ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИОННОГО ЗАЙМА ОАО "АВТОВАЗ". РЕШЕНИЕ ОБ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ОБЛИГАЦИИ КОМПАНИИ ИНВЕСТОРЫ ПРИНИМАЮТ САМОСТОЯТЕЛЬНО.

ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В ОСТАЛЬНЫХ ЧАСТЯХ МЕМОРАНДУМА, ПРЕДОСТАВЛЕНА ОАО "АВТОВАЗ" (ЭМИТЕНТОМ). ОРГАНИЗАТОР, ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ ИЛИ ЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛИ ИЛИ ЛИЦА, АФФИЛИРОВАННЫЕ С НИМИ И/ИЛИ ЭМИТЕНТОМ, НЕ ПРОВОДИЛИ ПРОВЕРКУ ТОЧНОСТИ И ПОЛНОТЫ ИНФОРМАЦИИ, СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В МЕМОРАНДУМЕ. ОРГАНИЗАТОР И ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ НЕ НЕСУТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПОЛНОТУ И/ИЛИ ТОЧНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДОСТАВЛЕННОЙ ОАО "АВТОВАЗ".

ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ МЕМОРАНДУМЕ, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ИСЧЕРПЫВАЮЩЕЙ. ЛЮБОЕ ЛИЦО, РАССМАТРИВАЮЩЕЕ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИОБРЕТЕНИЯ ОБЛИГАЦИЙ, ДОЛЖНО ПРОВЕСТИ СВОЙ СОБСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ОАО "АВТОВАЗ" И ОСНОВНЫХ УСЛОВИЙ ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ.

ОРГАНИЗАТОР И ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ НЕ БЕРУТ НА СЕБЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОЙ И/ИЛИ ДРУГОЙ ИНФОРМАЦИИ ОБ ОАО "АВТОВАЗ" И ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ. СОТРУДНИКИ ОРГАНИЗАТОРА И ФИНАНСОВОГО КОНСУЛЬТАНТА НЕ УПОЛНОМОЧЕНЫ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ОТНОСЯЩУСЯ К ОАО "АВТОВАЗ" И НЕ СОДЕРЖАЩУЮСЯ В МЕМОРАНДУМЕ.

ДАТА, УКАЗАННАЯ НА МЕМОРАНДУМЕ, НЕ ОЗНАЧАЕТ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В МЕМОРАНДУМЕ, ЯВЛЯЕТСЯ ПОЛНОЙ И/ИЛИ ТОЧНОЙ НА ЭТУ ДАТУ. ОРГАНИЗАТОРЫ, ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ И ЭМИТЕНТ НЕ БЕРУТ НА СЕБЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО ОБНОВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ, СОДЕРЖАЩУЮСЯ В МЕМОРАНДУМЕ.

НАСТОЯЩИЙ МЕМОРАНДУМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО В ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕЛЯХ. ОН НЕ ЯВЛЯЕТСЯ СОСТАВНОЙ ЧАСТЬЮ ДОКУМЕНТОВ, ПОДЛЕЖАЩИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЮ В ЛЮБОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОРГАН, РЕГУЛИРУЮЩИЙ ПОРЯДОК СОВЕРШЕНИЯ ОПЕРАЦИЙ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ. КРОМЕ ТОГО, ВЫШЕУКАЗАННЫЕ ОРГАНЫ НЕ РАССМАТРИВАЛИ НАСТОЯЩИЙ ДОКУМЕНТ, НЕ ПОДТВЕРЖДАЛИ И НЕ ОПРЕДЕЛЯЛИ ЕГО АДЕКВАТНОСТЬ И ТОЧНОСТЬ.

ЦЕЛЮЮ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕМОРАНДУМА И ЛЮБОЙ ПРИЛАГАЕМОЙ К НЕМУ ФИНАНСОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ СОЗДАНИЕ ОСНОВЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КРЕДИТНОЙ ИЛИ ИНОЙ ОЦЕНКИ, И ЭТИ ДОКУМЕНТЫ НЕ СЛЕДУЕТ РАССМАТРИВАТЬ КАК РЕКОМЕНДАЦИЮ ОРГАНИЗАТОРА, ФИНАНСОВОГО КОНСУЛЬТАНТА ИЛИ ЭМИТЕНТА ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ ОБЛИГАЦИЙ. ЛЮБОЙ ПОЛУЧАТЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕМОРАНДУМА ДОЛЖЕН ОПРЕДЕЛИТЬ ДЛЯ СЕБЯ ОТНОСИТЕЛЬНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ, СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В МЕМОРАНДУМЕ, И ПРИ ПОКУПКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ ОН ДОЛЖЕН ОПИРАТЬСЯ НА ТАКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ, КОТОРОЕ СОЧЕТ НЕОБХОДИМЫМ.



ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Основные положения

- 1.1** Параметры облигационного займа
- 1.2** Краткая справка об ОАО «АВТОВАЗ»
- 1.3** Использование привлеченных средств

2. Анализ автомобильного рынка

- 2.1** Российский автомобильный рынок
- 2.2** Положение ОАО «АВТОВАЗ» на автомобильном рынке

3. Описание деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

- 3.1** История ОАО «АВТОВАЗ»
- 3.2** Стратегия компании
 - 3.2.1* Цель компании, миссия компании, и стратегические установки
 - 3.2.2* Конкурентные преимущества
- 3.3** Техническое развитие
- 3.4** Производство легковых автомобилей
 - 3.4.1* Модельный ряд
 - 3.4.2* Статистика производства
 - 3.4.3* Управление качеством
- 3.5** Сбыт, маркетинг и сервисное обслуживание
- 3.6** Инвестиционная программа ОАО «АВТОВАЗ»
 - 3.6.1* Вексельная программа ОАО «АВТОВАЗ»
 - 3.6.2* Облигации ОАО «АВТОВАЗ»



4. Финансовый анализ эмитента

- 4.1 Отчетность Группы «АВТОВАЗ»**
- 4.2 Основные финансовые показатели**
- 4.3 Анализ балансового отчета**
- 4.4 Анализ отчета о прибылях и убытках**
- 4.5 Финансовая отчетность за 1-е полугодие 2003 г.**
- 4.6 Анализ кредитоспособности эмитента**

5. Инвестиционные Риски

- 5.1 Общеэкономические риски**
- 5.2 Региональные риски**
- 5.3 Валютные риски**
- 5.4 Риски, связанные с облигациями**

Приложение: финансовая отчетность



1. Основные положения

1.1 Параметры облигационного займа

Эмитент	ОАО «АВТОВАЗ»
Объем выпуска по номиналу	3 000 000 000 рублей
Номинал облигации	1 000 рублей
Срок обращения	1 638 дней с даты начала размещения (4.5 года)
Форма и вид облигаций	Документарные, купонные, на предъявителя с обязательным централизованным хранением
Купонный период	6 месяцев (182 дня)
Размер купона	Первый купон определяется на аукционе, величина второго купона равна первому, за вычетом 0.5%, величина третьего купона равна первому за вычетом 1%. 4,5,6,7,8 и 9 купоны определяются эмитентом.
Оферты	В дату выплаты 3-го и 6-го купонов по 100% от номинала
Цена размещения	100% от номинала
Способ размещения	Открытая подписка, аукцион по купону
Размещение	ММВБ
Вторичное обращение	ММВБ, внебиржевой рынок
Депозитарий	НДЦ
Организатор	ОАО Внешторгбанк
Финансовый консультант	ФФК
Платежный агент	ОАО Внешторгбанк

1.2 Краткая справка об ОАО «АВТОВАЗ»

ОАО «АВТОВАЗ» (далее АВТОВАЗ) является крупнейшим производителем легковых автомобилей в России и Восточной Европе. В 2002 году выручка Группы «АВТОВАЗ» (ОАО «АВТОВАЗ» и дочерние общества, далее Группа) составила 119.4 млрд. руб. (по МСФО), что на 5.84% превышает выручку за 2001 год. В 2002 году было произведено 703 038 автомобилей, что составляет 91.7% от плана, при этом 96 707



автомобилей было отгружено на экспорт. По состоянию на 31 декабря 2002 активы группы составили 139 млрд. рублей, а собственный капитал 64 млрд. рублей (по МСФО).

АВТОВАЗ является градообразующим предприятием для 750 тысячного города. Около 650 поставщиков осуществляют поставку материалов и комплектующих для ОАО «АВТОВАЗ». Многие из этих предприятий также являются градообразующими в своих регионах.

АВТОВАЗ уделяет существенное внимание развитию промышленной базы Самарской области путем увеличения числа поставщиков в этом регионе. Если в 2001 году объем поставок предприятиями Самарской области составлял 20 млрд. руб., то в 2002 году вырос до 38.7 млрд. руб., а планируемый показатель на 2003 год – около 50 млрд. рублей.

АВТОВАЗ – это корпорация, обладающая четко сформулированной стратегией, миссией и философией.

1.3 Использование привлеченных средств

Средства, привлеченные путем размещения облигационного займа, будут направлены на осуществление среднесрочной задачи ОАО «АВТОВАЗ» - серийного производства семейства автомобилей ВАЗ-1119 «Калина». Предполагается построить новую нитку конвейера с высоким уровнем автоматизации производства.



2. Анализ автомобильного рынка

2.1 Российский автомобильный рынок

2.1.1 Обзор рынка

По данным департамента автомобильного транспорта Минтранса РФ, за последние 10 лет автомобильный парк России увеличился в 2.5 раза и составляет в настоящее время более 25 млн. автомобилей.

Ежегодно количество автомобилей в России увеличивается на 8%. Особенно ярко тенденция к быстрому росту числа автомобилей проявляется в крупных городах, в частности в Москве, где за последние годы автопарк увеличился в 10 раз и составляет в настоящее время более 3 млн. автомобилей.

Между тем численность автомобильного парка России в 2,5 - 4 раза ниже уровня развитых стран мира. Так, по итогам 2001 г., на тысячу россиян приходилось примерно 135 автомобилей, тогда как в США - около 700, Великобритании - 410, Японии - 340, Чехии - 260. Кроме того, структура автомобильного парка РФ значительно хуже, чем в развитых странах мира. Так, около 48% автопарка находится в эксплуатации более 10 лет, еще 22% - от 5 до 10 лет, и только 30% имеют срок эксплуатации менее 5 лет.

По прогнозам специалистов НИИ автомобильного транспорта России, к 2005 г. автомобильный парк РФ может вырасти примерно вдвое - до 45 - 46 млн. автомобилей. Это станет возможным, в частности, за счет увеличения производства автомобилей отечественными автозаводами. Так, по некоторым прогнозам, к 2005 г. производство легковых автомобилей в РФ вырастет до 1,5 - 1,6 млн. шт., к 2010 г. - до 2,2 - 2,5 млн. шт.

2.1.2 Основные тенденции развития автомобильного рынка

Российский рынок легковых автомобилей можно разделить на 4 основных сегмента:

- 1) Автомобили ОАО «АВТОВАЗ»
- 2) Прочие автомобили отечественного производства
- 3) Подержанные импортные автомобили
- 4) Новые импортные автомобили

Исследования автомобильного рынка России выявляют два основных направления рыночных изменений:

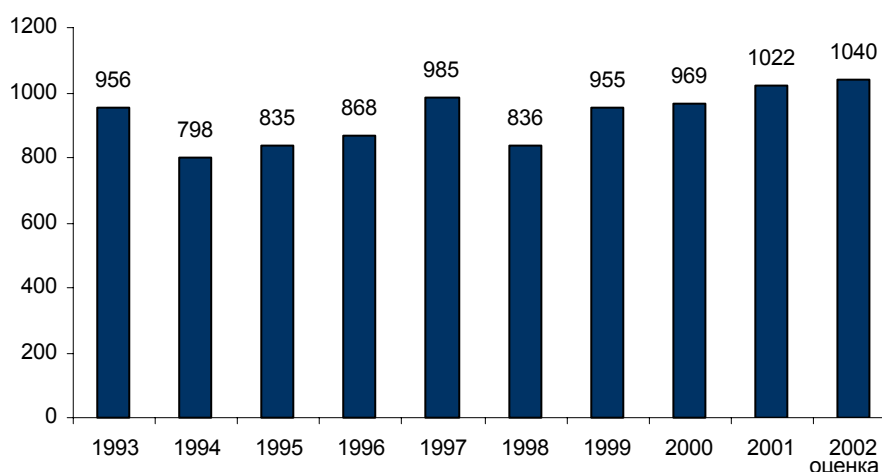
1. При сохранившемся для российских покупателей автомобилей основном ценовом диапазоне до 5 тыс. долларов США (63% продаж) наметилась тенденция увеличения доли продаж в диапазонах 10-15 тыс. долларов США и 15-20 тыс. долларов США. Всего в диапазоне до 10 тыс. долларов США в 2002 году было продано 91% всех автомобилей.
2. Ввиду серьезного развития дилерских сетей и концентрации их усилий на продвижении и послепродажном обслуживании автомобилей иностранного производства, отмечен рост продаж новых импортных легковых автомобилей на 39% по сравнению с 2001 годом.



Если обобщить причины возникновения вышеуказанных тенденций, то можно выделить следующие факторы, оказывающие первоочередное влияние на развитие автомобильного рынка России:

- изменение доходов населения, рост которых приводит к увеличению спроса и изменению структуры спроса на автомобили;
- регулирование таможенного законодательства, размера и порядка взимания импортных пошлин;
- потребительские настроения, которые выражаются в стремлении к накоплению и в предпочтении более качественных автомобилей с высокими потребительскими свойствами;
- развитие рынка финансовых услуг, которые способствуют снижению финансовой нагрузки на потребителей при покупке автомобилей (потребительское кредитование, лизинг).

Производство легковых автомобилей в России, в тыс. шт.



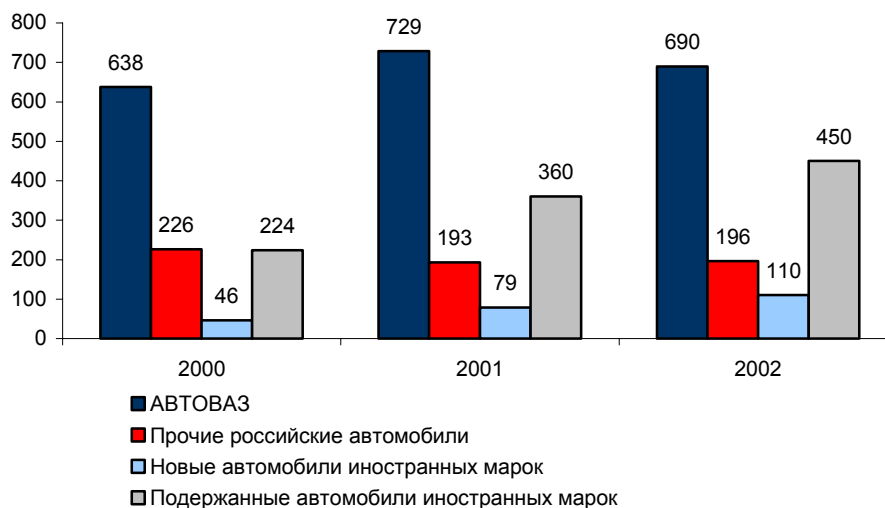
Производство легковых автомобилей в России существенно снизилось в 1994 году до 798 тыс. штук. Однако в течение последующих трех лет, вплоть до 1998 года, наблюдался рост в среднем на 7.3% в год. В итоге в 1997 году производство превысило уровень 1993 года на 3%. В кризисном 1998 году производство вновь упало до уровня 1995 года, а окончательно восстановилось лишь в 2001 году, когда было произведено свыше 1 млн. легковых автомобилей. Таким образом, начиная с 1998 года производство, автомобилей росло в среднем на 7.55% в год.

В 2002 году в России было реализовано 1 446 тыс. автомобилей (без учета продаж поддержанных российских автомобилей), из которых 47.7% (690 тыс. шт.) пришлось на продукцию ОАО «АВТОВАЗ». Российские предприятия-конкуренты АВТОВАЗа в общей сложности реализовали 196 тыс. автомобилей. Таким образом, доля отечественных автомобилей всех марок в общем объеме продаж составила 61.3%.

В 2002 году было также продано 110 тыс. новых автомобилей зарубежного производства (7.6%) и 450 тыс. поддержанных автомобилей иностранных марок (31.1%). Рост продаж автомобилей в 2002 году составил 6.25% по сравнению с 2001 годом, а в 2001 году – 20% по сравнению с 2000 годом.



Продажи легковых автомобилей в России, в тыс. шт. в 2000-2002 гг.

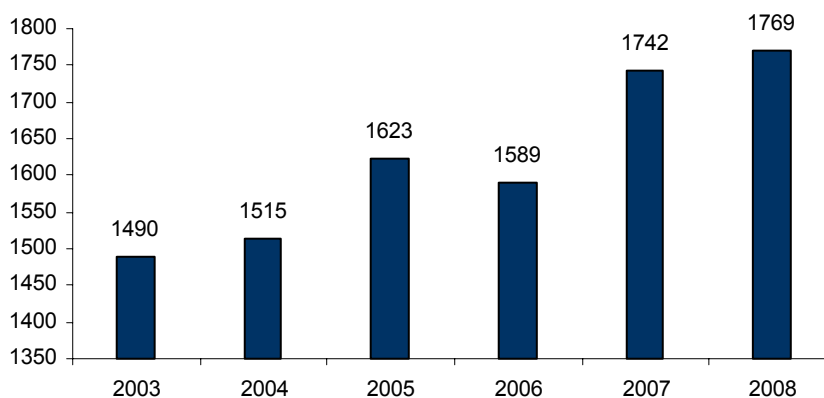


В 2002 году продажи выросли, в основном, благодаря подержанным автомобилям иностранных марок (+25%). Вместе с тем отмечалось снижение продаж российских автомобилей (-3.9%). Достаточно высоким был рост продаж новых автомобилей иностранных марок (+39.2%), однако их доля в валовом объеме продаж была по-прежнему невысокой.

В 2003 году ожидаемый объем продаж легковых автомобилей в России составляет 1 490 тыс. штук, что соответствует росту на 3%, который, судя по всему, будет обеспечен ростом продаж российских автомобилей, поскольку с введением новых таможенных пошлин, а также с увеличением курса Евро к доллару США спрос на зарубежные автомобили (новые и подержанные) может снизиться, или, по крайней мере, остаться неизменным.

Прогнозируется, что в течение 2003 – 2008 гг. годовые продажи автомобилей в России вырастут на 22% по сравнению с уровнем 2002 года. При этом средний рост составит 3.4% в год.

**Прогноз продаж легковых автомобилей в России, в тыс. шт.
в 2000-2008 гг.**





Таким образом, для сохранения к 2008 году текущей доли рынка на уровне 60% всех проданных в России автомобилей, российские автопроизводители должны будут увеличивать производство в среднем на 3.1% в год (при условии, что доля экспорта от общего объема производства российских автомобилей составит 15%).

Однако, учитывая интерес зарубежных автопроизводителей к России, наличие успешно функционирующих совместных предприятий, а также планы крупнейших автомобильных корпораций по организации производства в России, вполне вероятно, что доля продаж отечественных производителей легковых автомобилей снизится к 2008 году до 50%.

При этом увеличить производство и продажи смогут только те российские автопроизводители, которые постоянно совершенствуют качество производимой продукции, уровень технологий, используемых в производстве, дизайн и технические характеристики автомобилей.

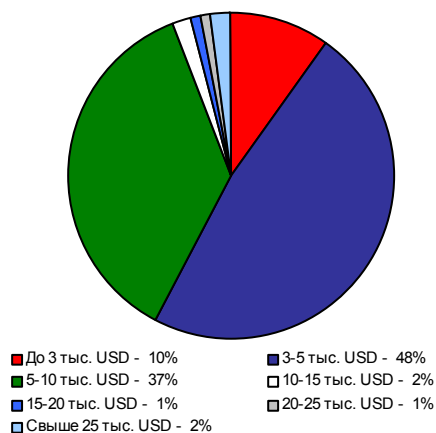
2.1.3 Структура российского автомобильного рынка

За последние два года российский автомобильный рынок претерпел структурные изменения, которые окажут большое влияние на дальнейшее его развитие.

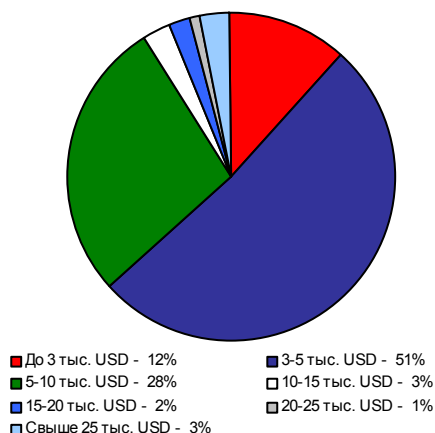
Во-первых, увеличение реальных доходов населения, а также появление и широкое распространение кредитования для целей покупки автомобилей, сдвинули покупательский спрос в сторону более дорогих моделей, стоимостью от 10 до 15 тыс. долларов США и от 15 до 20 тыс. долларов США.

Доли этих сегментов в 2002 году составили соответственно 3% и 2% от общего объема продаж новых легковых автомобилей, в то время как в 2001 году они составляли 2% и 1% соответственно.

Продажа новых легковых автомобилей
в России по ценовым сегментам в 2001 г., %



Продажа новых легковых автомобилей
в России по ценовым сегментам в 2002 г., %



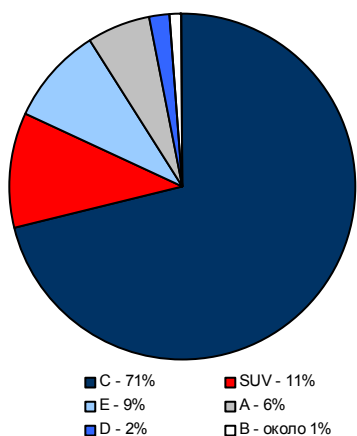
Кроме ценового разделения, автомобильный рынок целесообразно рассматривать также с точки зрения классов автомобилей, или секторов. Так, можно выделить 7 классов:



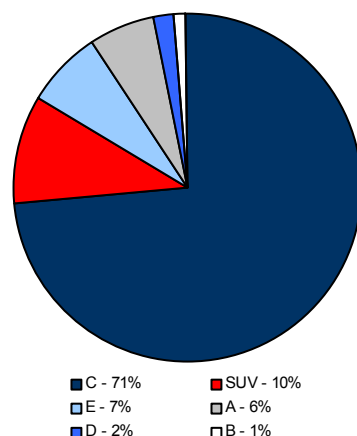
- Класс А: малолитражные микроавтомобили. Основные представители класса – Ока, Ford KA, Renault Twingo, VW Lupo, Daewoo Matiz, и др.
- Класс В: компакт класс. Основные представители класса – Skoda Fabia, Renault Symbol, Peugeot 206, и др.
- Класс С: малый средний класс. Основные представители класса – ЛАДА, Daewoo Nexia, Skoda Octavia, Nissan Almera, Ford Focus, и др.
- Класс D: средний класс. Основные представители класса – VW Passat, Nissan Primera, Peugeot 406, и др.
- Класс Е: представительские автомобили. Основные представители класса – Toyota Camry, BMW 5, Nissan Maxima, Волга.
- Класс F: эксклюзивный класс. Основные представители класса – Mercedes-Benz, BMW 7, Audi.
- Класс SUV: внедорожники. Основные представители класса – НИВА, УАЗ, KIA Sportage, Toyota Land Cruiser, Mitsubishi Pajero.

Структура продаж легковых автомобилей по классам в 2001 и 2002 годах представлена ниже:

Структура продаж легковых автомобилей по классам в 2001 году.



Структура продаж легковых автомобилей по классам в 2002 году.



Основные продажи российских автомобилей приходятся на сегменты С и SUV, причем в сегменте С абсолютным лидером является продукция ОАО «АВТОВАЗ».

Анализ структуры российского автомобильного рынка, а также динамики его развития говорит о том, что в течение ближайших 5 лет в России существенно вырастет доля автомобилей среднего ценового сегмента. Поскольку предложение автомобилей в данном ценовом диапазоне на сегодняшний день достаточно велико (это прежде всего автомобили японских и корейских производителей, а также автомобили, производимые на территории России по лицензии), отечественные производители должны будут существенно пересмотреть свою



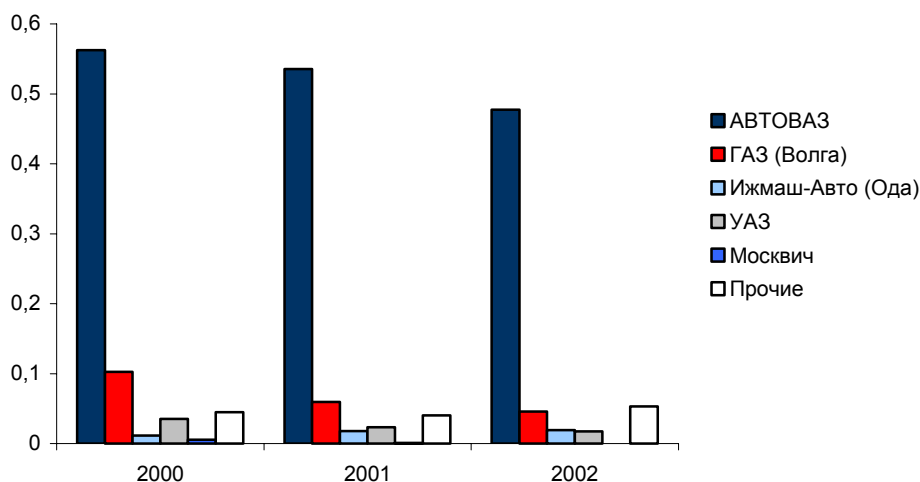
техническую политику, а также управление качеством производства, чтобы иметь возможность предлагать конкурентоспособные автомобили.

2.2 Положение ОАО «АВТОВАЗ» на автомобильном рынке

ОАО «АВТОВАЗ» занимает лидирующее положение на российском автомобильном рынке: его доля в общем объеме проданных в России автомобилей в 2002 году составила 47.7%, при том, что основные конкуренты – отечественные производители – занимали в общей сложности 13.6% рынка.

Ниже представлены доли рынка, занимаемые российскими производителями автомобилей в 2000-2002 гг.:

Доля российских производителей автомобилей в общем объеме продаж в 2000-2002 гг.



Очевидно, что продукция ОАО «АВТОВАЗ» является лидером среди автомобилей, производимых отечественными компаниями. Снижение доли рынка с 56.3% в 2000 году до 47.7% в 2002 году обусловлено не столько конкуренцией со стороны прочих отечественных производителей, сколько конкуренцией со стороны автомобилей иностранного производства.

Рост реальных доходов населения, в совокупности с увеличением предложения недорогих автомобилей иностранного производства, является основным фактором, обуславливающим склонность потребителей покупать иномарки. В течение 2000-2002 гг. доля рынка, занимаемая автомобилями иностранного производства, увеличилась с 23.8% до 38.7%. Причем наиболее существенный прирост наблюдался у новых иномарок (+18.4 процентных пункта в 2002 году по сравнению с 2000 годом).

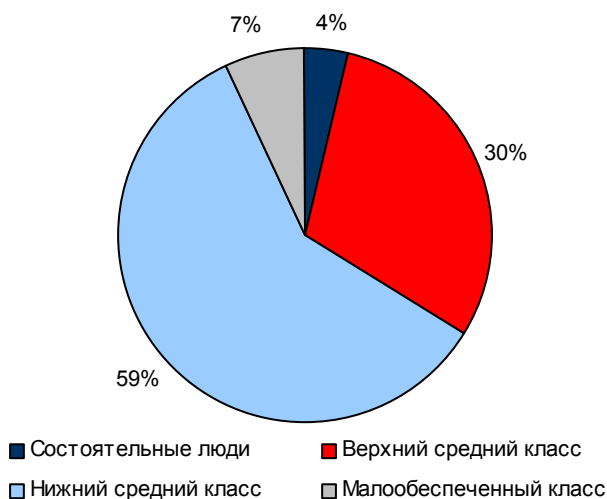
Рассматривая положение ОАО «АВТОВАЗ» на отечественном автомобильном рынке, необходимо рассмотреть вопрос, кто является потребителем автомобилей ЛАДА.

По итогам комплексного исследования автомобильного рынка России, проведенного ОАО «АВТОВАЗ» в 2001 году, основным потребителем продукции компании является российский средний класс, вне зависимости от занимаемых должностей в структурах своих предприятий и других экономических образований.



Ниже приведены результаты исследований по семейству ВАЗ-2110:

Распределение потенциальных потребителей автомобилей семейства ВАЗ-2110 по уровню доходов



Таким образом, учитывая демографическую структуру России, а также структуру распределения доходов, можно предположить, что устойчивый спрос на продукцию ОАО «АВТОВАЗ» будет сохраняться еще довольно продолжительное время. Кроме того, в условиях обновления модельного ряда ОАО «АВТОВАЗ», автомобили станут более привлекательными для потребителей с точки зрения цены и качества.



3. Описание деятельности ОАО «АВТОВАЗ»

3.1 История ОАО «АВТОВАЗ»

20 июля 1966 года было принято правительственное постановление о строительстве в городе Тольятти завода по производству легковых автомобилей. Создание Волжского автозавода тесно связано с итальянским концерном FIAT, с которым 15 августа 1966 года было подписано генеральное соглашение о сотрудничестве в области разработки конструкции автомобиля, проекта автомобильного завода и его строительстве.

14 января 1967 года на строительной площадке завода был вынут первый ковш грунта.

19 апреля 1970 года с главного конвейера сошли первые шесть автомобилей.

8 июля 1971 года было принято решение по формированию фирменной сети "АвтоВАЗтехобслуживание".

13 июля 1971 года на базе головного завода было создано Волжское объединение по производству легковых автомобилей (ПО "АвтоВАЗ").

5 января 1993 года ПО "АвтоВАЗ" преобразовано в открытое акционерное общество - АО "АВТОВАЗ". Были утверждены Устав АО "АВТОВАЗ", план приватизации, состав совета директоров.

8 июня 2001 года с главного конвейера АО "АВТОВАЗ" сошел 20-миллионный автомобиль.

27 июня 2001 года было подписано генеральное соглашение между АО "АВТОВАЗ", корпорацией "Дженерал Моторс" и Европейским банком реконструкции и развития о создании совместного предприятия по производству легковых автомобилей под брендом «Шевроле-Нива».

На сегодняшний день созданный в Тольятти автомобильный комплекс включает в себя:

- металлургические, прессовые, механосборочные цеха;
- цеха сварки, окраски, сборки и испытания автомобилей;
- цеха по производству пластмассовых изделий;
- производство ремонта и обслуживания оборудования;
- энергетическое производство;
- производство по переработке промышленных отходов.

ОАО «АВТОВАЗ», являющееся ядром Группы «АВТОВАЗ» осуществляет корпоративное управление и контроль за деятельностью обществ и дочерних предприятий, в числе которых:

- 13 зарубежных обществ, в 5 из которых ОАО «АВТОВАЗ» владеет долей в уставном капитале более 50%;
- 43 российских общества, в том числе:
 - 22 общества в которых ОАО «АВТОВАЗ» владеет более 50% уставного капитала;
- 181 общество, находящееся на территории России, в том числе
 - 26 обществ со 100%-м капиталом ОАО «АВТОВАЗ»;



- 112 обществ, в которых более 50% принадлежит ОАО «АВТОВАЗ»;
- 23 зависимых общества ОАО «АВТОВАЗ» (от 20 до 50%);
- 20 обществ с участием капитала ОАО «АВТОВАЗ» (менее 20%).

В финансово-кредитной сфере ОАО «АВТОВАЗ» владеет пакетами акций ОАО «Национальный торговый банк», ЗАО КБ «Автомобильный Банкирский Дом», и ЗАО «Страховое общество «АСОЛЬ».

3.2 Стратегия компании

3.2.1 Цель компании, миссия компании, и стратегические установки

Основной целью ОАО «АВТОВАЗ» является **ОБНОВЛЕНИЕ**.

Миссия ОАО «АВТОВАЗ»:

«УПРОЧИТЬ ЛИДИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ ОАО «АВТОВАЗ» НА РОССИЙСКОМ АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ НА ДОЛГОСРОЧНУЮ ПЕРСПЕКТИВУ, ПРЕДЛАГАЯ РОССИЯНАМ КАЧЕСТВЕННЫЕ АВТОМОБИЛИ ПО ДОСТУПНЫМ ДЛЯ НИХ ЦЕНАМ».

Миссия ОАО «АВТОВАЗ» является отражением стратегии компании в долгосрочной перспективе и полностью соответствует стратегической цели компании – **ОБНОВЛЕНИЮ**, которое подразумевает не только обновление и усовершенствование модельного ряда, но и использование новейших технологий при проектировании и производстве автомобилей, совершенствование системы послепродажного обслуживания, как средства полного удовлетворения потребностей покупателей, и создание новой системы корпоративного управления, способной решить задачи и выполнить стратегические установки российского автогиганта.

Стратегические цели ОАО «АВТОВАЗ» были сформулированы в виде так называемых стратегических установок:

- Создание внутри ОАО «АВТОВАЗ» корпоративного центра, формирующего единую стратегию и осуществляющего стратегическое управление.
- Создание эффективно работающей системы управления собственностью ОАО «АВТОВАЗ» через формирование бизнес-единиц.
- Своевременное отражение изменяющихся потребительских приоритетов в разработке новых моделей, уменьшение времени сменности и модернизации модельного ряда.
- Активный поиск возможностей формирования стратегических альянсов с крупными инвесторами в различных направлениях деятельности.
- Усиление конкурентоспособности ОАО «АВТОВАЗ» через неуклонное повышение качества выпускаемой продукции.
- Обеспечение соответствия продукции ОАО «АВТОВАЗ» самым современным требованиям экологической безопасности.
- Оздоровление финансового состояния предприятия и сокращение издержек при сохранении полной занятости персонала.



- Реформирование дилерской сети с целью наиболее полного удовлетворения потребностей покупателей автомобилей ЛАДА.
- Возрождение экспортных рынков для продукции ОАО «АВТОВАЗ».

Стоит отметить, что ОАО «АВТОВАЗ» является одной из немногих российских компаний, четко определивших свою миссию, корпоративные цели и принципы.

3.2.2 Конкурентные преимущества

Являясь лидером российского автомобильного рынка, ОАО «АВТОВАЗ» обладает рядом конкурентных преимуществ, которые ставят компанию на особое место среди отечественных производителей легковых автомобилей, а также способствует успешной конкурентной борьбе компании с иностранными автопроизводителями:

- Оптимальное соотношение цены и качества автомобилей.
- Градообразующее положение;
- Наличие развитой сети распространения продукции.
- Наличие развитой сети послепродажного обслуживания автомобилей и сравнительно низкая стоимость запасных частей и сервисного обслуживания.
- Высокий уровень известности торговой марки ЛАДА в России и за рубежом.
- Наличие четко сформулированной стратегии компании, а также суб-стратегий по сферам деятельности.
- Наличие фирменной системы качества ОАО «АВТОВАЗ».
- Информационная и финансовая открытость и прозрачность компании; статус «публичной компании».

Вышеуказанные конкурентные преимущества ОАО «АВТОВАЗ» являются важнейшими предпосылками для укрепления позиции компании на российском автомобильном рынке в будущем.

3.3 Техническое развитие

В течение 2002 г. ОАО «АВТОВАЗ» принимало активное участие в выработке Правительством РФ стратегических приоритетов промышленной политики для легкового автомобилестроения. По инициативе Министерства промышленности, науки и технологий РФ и ОАО «АВТОВАЗ» были разработаны предложения, которые легли в основу «Концепции развития автомобильной промышленности РФ», одобренной распоряжением №978 Правительства РФ от 16 июля 2002 года.

Основная направленность этого документа – определение путей реформирования автомобилестроения, основных принципов структурных преобразований, необходимых для удовлетворения отечественного рынка автомобильной техникой и осуществления экспортных поставок.

В концепции отражены необходимые мероприятия для развития российского автопрома и ОАО «АВТОВАЗ».

В 2002 году разработан очередной сценарий стратегии технического развития АВТОВАЗа на период до 2015 года с участием консалтинговой компании «А.Т.Кearney». В результате этой работы были выработаны



стратегические цели развития предприятия на плановый период и пути их достижения, которые были определены, исходя из конкретных комбинаций внешних и внутренних факторов.

Сформированный специалистами ОАО «АВТОВАЗ» при участии экспертов и консультантов из «А.Т.Кearney» портфель перспективных проектов новых автомобилей можно рассматривать в качестве практического шага на пути повышения эффективности деятельности предприятия.

Сохранение доминирующего положения ОАО «АВТОВАЗ» на российском автомобильном рынке и в отрасли в целом неразрывно связано с созданием и развитием собственных конкурентных преимуществ как в проектировании новых моделей, отвечающих требованиям и предпочтениям различных целевых групп потребителей, так и в организации управления производством, в основе которой лежит внедрение инновационных технологий.

Структура модельного ряда ОАО «АВТОВАЗ» формируется с учетом тенденций развития мирового автомобилестроения, скорректированных на требования и особенности российского автомобильного рынка.

Разработка новой продукции и обновление модельного ряда с целью производства новых конкурентоспособных автомобилей, доступных для широкого круга россиян, является одной из главных задач технического развития. В рамках технического развития ОАО «АВТОВАЗ» осуществляет разработку новых моделей и семейств автомобилей. Так, производство опытной партии автомобилей семейства «Калина» начнется уже в конце 2004 года.

3.4 Производство легковых автомобилей

3.4.1 Модельный ряд

На сегодняшний день ОАО «АВТОВАЗ» производит 13 моделей автомобилей в четырех семействах: Классика, Самара, Лада 110 и Нива.

ВЫПУСКАЕМЫЕ МОДЕЛИ

СЕМЕЙСТВО КЛАССИКА

Автомобили ВАЗ-2104 с кузовом "универсал", выполненный в едином стиле с базовым автомобилем семейства - моделью ВАЗ-2105, удобен для перевозки, как пассажиров, так и грузов.



Автомобили ВАЗ-2105, с кузовом "седан" появились в результате модернизации ранее выпускаемых автомобилей ВАЗ классической компоновки.



Автомобили ВАЗ-2107 с кузовом "седан" - самая комфортабельная модель семейства автомобилей ВАЗ классической компоновки.



СЕМЕЙСТВО САМАРА



Первый отечественный переднеприводной автомобиль с кузовом "хэтчбек", базовый автомобиль семейства "Самара".

Автомобили ВАЗ-2109, в отличие от базовой модели ВАЗ-2108, имеют 5-дверный кузов, реализовав, таким образом, потребность отечественных автолюбителей в комфортных, универсальных "семейных" автомобилях.



Автомобили ВАЗ-21099 с кузовом "седан" - последняя модель семейства "Самара" первого поколения. От остальных моделей семейства их отличали передняя часть кузова с удлиненными крыльями и капотом, новая решетка радиатора, новая панель приборов.

Автомобили ВАЗ-2115 - модернизация автомобиля ВАЗ-21099. Автомобиль занимает по цене промежуточное положение между предыдущем семейством "Самара" и новым семейством "ЛАДА 110".



СЕМЕЙСТВО ЛАДА 110



Автомобили ВАЗ-2110 с кузовом "седан" оригинального дизайна - базовая модель нового семейства автомобилей ВАЗ



Автомобиль "ЛАДА 111" - это "семейный" автомобиль для поездок по городу и для путешествий. Благодаря раскладывающимся в соотношении 2:3 задним сиденьям, автомобиль может использоваться для перевозки различных грузов.



ЛАДА 112 - динамичный, комфортабельный автомобиль, характеризующийся современным дизайном, улучшенными ходовыми качествами и более высоким уровнем комплектации.

СЕМЕЙСТВО НИВА

Автомобили ВАЗ-2120 "Надежда" - полноприводный семиместный "минивэн", отличительной особенностью которого являются: оригинальный кузов со сдвижной задней правой дверью, что обеспечивает удобство при посадке и высадке пассажиров. Три ряда сидений позволяют комфортабельно разместить семь человек.



Автомобиль ВАЗ-2121 "НИВА" - самая удачная конструкторская разработка АО "АВТОВАЗ", объединившая комфорт легкового автомобиля и проходимость вездехода.

Это автомобиль для езды по бездорожью, путешествий в труднодоступные места, поездок на охоту и рыбалку.

ВАЗ-2131. Увеличенная база модели ВАЗ-2121 позволила повысить комфортность размещения пассажиров на заднем сиденье, создав при этом удобство входа и выхода. Одновременно, повышена устойчивость и плавность хода автомобиля.



Помимо моделей, представленных выше, ОАО «АВТОВАЗ» разрабатывает новые модели, многие из которых выйдут в серийное производство в течение ближайших двух лет.



Главной задачей технического развития на ближайшую перспективу является освоение серийного производства автомобилей семейства ВАЗ-1118/1119 «Калина».

Автомобили семейства «Калина» соответствуют всем современным требованиям по безопасности и экологии. В комплектации автомобилей дополнительно предусмотрена установка:

- системы кондиционирования воздуха
- антиблокировочной системы тормозов
- электроблокировки дверей с дистанционным управлением
- электроусилителя рулевого управления.

ВАЗ-1117



ВАЗ-1118

ВАЗ-1119





Автомобиль ВАЗ-2170 – новое поколение «десятки». Более высокий уровень качества, улучшенные потребительские свойства.



Конечно, модельный ряд ОАО «АВТОВАЗ» представлен не только описанными в меморандуме моделями. Более полную информацию о модельном ряде ОАО «АВТОВАЗ» вы можете найти на сайте компании по адресу www.vaz.ru.

3.4.2 Статистика производства

В 2002 году общий объем произведенной продукции ОАО «АВТОВАЗ» составил 91 119.7 млн. руб. Было произведено 703 038 автомобилей, что составляет 91.7% от плана. Автомобилей ВАЗ-2110 было произведено 217 453 штуки, что на 8.4% меньше плана и на 8 226 штук меньше, чем в 2001 году. На экспорт, при плане 96 064 автомобиля, было отгружено 96 707 автомобиля, что на 13.1% больше, чем в 2001 году.

Среднечасовой темп сборки автомобилей на главных конвейерах в 2002 году составил 169.52 авт. / час при 169.75 авт. / час в 2001 году.

Основной причиной невыполнения плана по автомобилям явилось резкое падение спроса на внутреннем рынке в 4-м квартале 2002 года.

Общий объем производства запасных частей составил 2 672.3 млн. руб., что на 6.8% меньше, чем в 2001 году в сопоставимых ценах. Снижение объемов изготовления запасных частей произошло в результате передачи изготовления номенклатуры на «ИжМашАвто» и привлеченные предприятия, а также снижение спроса по отдельной номенклатуре и недостатка производственных мощностей по ряду позиций.

В 2002 году было произведено 97 040 полных сборочных комплектов на базе кузова, что на 62.6% больше чем в 2001 году. Общий объем произведенной продукции по сборочным комплектам составил 4 853.4 млн. руб. или 131.6% от уровня 2001 года в сопоставимых ценах.



Для подготовки производства автомобилей было изготовлено оборудования на сумму 814.3 млн. руб., инструмента и технологической оснастки на сумму 1 311.95 млн. руб. Ремонт оборудования произведен на сумму 720.7 млн. руб.

Планируется, что в 2003 году ОАО «АВТОВАЗ» произведет 690 тыс. автомобилей, из которых 90 тыс. предназначены для экспорта. На ЗАО «ДжиЭм-АВТОВАЗ» планируется собрать 35 тыс. автомобилей. План производства и поставок автокомплектов на предприятия внешней сборки в 2003 году составляет 218 тыс. штук.

Производственный план ОАО «АВТОВАЗ» в отношении новых моделей предполагает следующие параметры:

Модель	ВАЗ-2170	«Калина»	ВАЗ-2116	Класс «В1»
Начало производства	2004	2005	2007	2010
Выход на проектную мощность	2007 г.	2008г.	2010 г.	2012 г.
	230 тыс. шт.	220 тыс. шт.	220 тыс. шт.	150 тыс. шт.

3.4.3 Управление качеством

Сегодня на ОАО «АВТОВАЗ» внедрена система менеджмента качества (СМК), охватывающая деятельность подразделений завода на всех этапах жизненного цикла автомобилей, а также деятельность поставщиков автомобильных компонентов и предприятий по реализации и техническому обслуживанию автомобилей, что подтверждено соответствующими сертификатами.

Шесть основных подразделений ОАО «АВТОВАЗ» работают в условиях сертифицированной на соответствие требованиям международных стандартов ИСО серии 9000, что позволяет последовательно улучшать качество автомобилей.

Так, в 2002 году по результатам оценочного осмотра уровень качества товарных автомобилей повышен в зависимости от модели от 3% до 13%. Кроме того, до 2% снизилось количество несоответствий, устраненных в цехе контроля и испытаний.

Учитывая, что качество автомобиля на 70% зависит от качества комплектующих частей, ОАО «АВТОВАЗ» проводит активную политику в направлении заводов-поставщиков, направленную на улучшение качества закупаемых автомобильных компонентов. Данная политика основана на следующих принципах:

- Распространение опыта работы с ЗАО «Джи Эм-АВТОВАЗ»;
- Аудит поставщиков и их технологических процессов;
- Идентификация и прослеживаемость поставок автокомплектов;
- Внедрение системы обеспечения запросов потребителя;
- Требования к поставщикам автомобильных компонентов по внедрению и сертификации СМК на основе требований ИО 0991, ИСО/ТУ 16949 и требований ЗАО «Джи Эм-АВТОВАЗ».
- Развитие системы оценивания поставщиков;
- Развитие процедур выходного контроля отгружаемой продукции на ОАО «АВТОВАЗ»;



- Распространение «10 правил фирменной системы качества ОАО «АВТОВАЗ»:
 - 1) *Мы несем ответственность за наш автомобиль на всех этапах его изготовления и за его фирменный сервис;*
 - 2) *Наш поставщик вместе с нами несет ответственность за автокомплекты, применяемые на нашем автомобиле. Или это не наш поставщик.*
 - 3) *Каждый работник должен обеспечивать организацию и порядок на рабочих местах, культуру технологии и производства, личную культуру, а также жесткую технологическую дисциплину и самодисциплину;*
 - 4) *При невозможности сделать качественно – останови работу сам. Соблюдай принцип трех «НЕ»: дефекты НЕ принимай, НЕ делай, НЕ передавай;*
 - 5) *Постоянное обучение, информационное обеспечение рабочих мест, трудовое соперничество, наглядная агитация;*
 - 6) *Лучший контролер – самоконтроль. Персонал, осознающий свою роль в общих целях предприятия, - лучший способ обеспечения качества выпускаемой продукции;*
 - 7) *Выявленный дефект должен устраняться в месте зарождения. Качество обеспечивается процессами, а не усилиями контроля готовой продукции;*
 - 8) *На каждом рабочем месте ежегодно делать не менее 5 улучшений;*
 - 9) *Постоянная и активная работа персонала над первыми 10-ю несоответствиями;*
 - 10) *Обеспечивать постоянное улучшение от модели к модели.*

Управление качеством производимой продукции, основанной на соблюдении норм технологических процессов, мотивации сотрудников, а также контроля за качеством компонентов, является неотъемлемой частью деятельности ОАО «АВТОВАЗ». Управление качеством на высоком уровне является ключом к способности предлагать потребителям конкурентоспособные автомобили, соответствующие международным стандартам по доступной цене.

3.5 Сбыт, маркетинг и сервисное обслуживание

Сбыт и маркетинг продукции ОАО «АВТОВАЗ» осуществляется как на внутреннем, так и на внешних рынках. Большое внимание в компании уделяется вопросам совершенствования технологий маркетинга и продаж.

На ближайшую перспективу определены основные направления в продвижении продукции с частичным внедрением уже в 2003 году. В области маркетинга и сбыта предстоит сконцентрировать свою деятельность по развитию следующих направлений:

- Повсеместное внедрение продажи автомобилей в кредит и лизинг;
- Кардинальное повышение качества послепродажного обслуживания;



- Совершенствования 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.

Рассматривая структуру сбыта продукции ОАО «АВТОВАЗ», необходимо отметить, что компания продает автомобили не только на внутреннем рынке, но также является экспортером.

В 2002 году было запланировано к поставке на экспорт 95 000 автомобилей, а фактически отгружено фирмам импортерам 96 707 автомобилей. По сравнению с 2001 годом объем поставок на внешние рынки вырос на 13.1%. Около 36% программы экспорта 2002 года приходилось на страны дальнего зарубежья, из которых на Европу пришлось 30.3%, на Северную Африку и Ближний Восток – 1.5%, 1.5% пришлось на Латинскую Америку. В страны СНГ было экспортировано 64 230 автомобилей (64.3%).

В 2003 году ОАО «АВТОВАЗ» начало осуществление новой политики в сервисно-сбытовой сфере.

Рынок автомобилей и запчастей АвтоВАЗа до последнего времени являлся разрозненным, что не позволяло заводу контролировать процесс в рамках существовавшей системы поставок и реализации. Естественно, такое положение вещей отрицательно сказывалось на размерах прибыли предприятия. Первой подверглась реформированию сервисно-сбытовая сеть. Теперь она представляет собой двухуровневую структуру. Первый уровень – это 109 прямых дилеров и 54 дистрибьютора, осуществляющих оптовые продажи автомобилей, второй уровень составляют 328 региональных дилеров, занимающихся розничными продажами. Им определены квоты на поставку автомобилей, причем для всех без исключения установлены единые отпускные цены. Такая система является важным шагом в борьбе с так называемыми «серыми» дилерами, продающими автомобили ВАЗ дешевле, чем официальные дилеры. В условиях роста благосостояния потребители будут предпочитать покупать автомобили у официальных продавцов, получая помимо самого автомобиля соответствующий пакет услуг по его содержанию и эксплуатации.

В июне 2003 года АВТОВАЗом были утверждены «Требования к предприятию сервисно-сбытовой сети» – этот документ регламентирует основные характеристики сооружений по продаже автомобилей, СТО, помещений для клиентов, виды услуг, перечень основного оборудования, информационное обеспечение, использование корпоративных элементов. Теперь основным условием для авторизации предприятия сервисно-сбытовой сети становится согласованный план приведения мощностей дилера в соответствие требованиям. Невыполнение дилером обязательств по согласованному плану может стать основанием для расторжения дилерского соглашения по инициативе завода.

Новая дилерская политика – это также усиление направления по производству и распространению запчастей, которое должно стать второй по значимости статьей доходов компании после продажи автомобилей. К концу 2005 года АВТОВАЗ рассчитывает перейти на систему распространения автозапчастей к своим автомобилям исключительно через дилерскую сеть. В результате с начала 2006 года все автозапчасти



к машинам ВАЗ можно будет купить только у официальных дилеров завода.

Таким образом, можно заключить, что ОАО «АВТОВАЗ» предприняло ряд шагов в области сервисно-сбытовой и маркетинговой политики, которые существенно повысят привлекательность продукции общества в глазах потребителя, повысят ее конкурентоспособность, а также улучшат имидж самой компании.

3.6 Инвестиционная программа

3.6.1 Вексельная программа ОАО «АВТОВАЗ»

В феврале 2002 г. ОАО «АВТОВАЗ» совместно с Внешэкономбанком начали реализацию вексельной программы ОАО «АВТОВАЗ», а с октября 2002 года агентом по размещению векселей является Внешторгбанк.

Вексельная программа является частью комплексной программы привлечения ОАО «АВТОВАЗ» денежных средств с целью модернизации производства. В рамках программы выпускаются векселя отдельной серии «АВ». Внешторгбанк является домицилиатом векселей ОАО «АВТОВАЗ».

Одним из главных принципов программы является финансовый характер выпускаемых векселей. Погашение векселей производится денежными средствами в указанную на векселе дату последнему векселедержателю при предъявлении векселей к погашению.

Периодичность выпуска и сроки обращения векселей стандартизованы. С этой целью векселя размещаются во второй декаде каждого месяца.

В нижеприведенной таблице представлены основные параметры векселей ОАО «АВТОВАЗ»:

Векселедатель	ОАО «АВТОВАЗ»
Вид векселей	Простые дисконтные
Серия векселей	АВ
Валюта	Рубли РФ
Агент по размещению	Внешторгбанк
Обращение	Наличное; по счетам депо
Базовые сроки размещения	2-я декада каждого месяца
Объем размещения	Базовый объем размещения 100-200 млн. руб.
Место платежа (домициль)	Внешторгбанк

За время осуществления вексельной программы ОАО «АВТОВАЗ» выпустило векселей на общую сумму 3.4 млрд. руб. Ниже приводятся параметры размещенных с сентября 2002 года векселей:



Дата составления	Дата размещения	Срок платежа	Место платежа	Доходность размещения	Срок (мес.)	Объем, млн. руб.
09.10.02	17.10.02	20.05.03	Внешторгбанк, г. Москва	21,00	7	100
09.10.02	17.10.02	20.06.03	Внешторгбанк, г. Москва	21,30	8	100
28.10.02	19.11.02	15.07.03	Внешторгбанк, г. Москва	20,75	8	100
28.10.02	19.11.02	15.08.03	Внешторгбанк, г. Москва	20,75	9	100
15.12.02	19.12.02	19.09.03	Внешторгбанк, г. Москва	20,50	9	200
14.01.03	16.01.03	20.10.03	Внешторгбанк, г. Москва	19,00	9	100
24.12.02	16.01.03	23.10.03	Внешторгбанк, г. Москва	19,00	9	100
22.01.03	13.02.03	26.09.03	Внешторгбанк, г. Москва	17,40	7	100
22.01.03	13.02.03	20.10.03	Внешторгбанк, г. Москва	17,45	8	100
14.03.03	18.03.03	18.12.03	Внешторгбанк, г. Москва	15,80	9	100
16.04.03	17.04.03	16.01.04	Внешторгбанк, г. Москва	14,60	9	100
15.05.03	16.05.03	16.02.04	Внешторгбанк, г. Москва	13,50	9	100
17.06.03	19.06.03	19.03.04	Внешторгбанк, г. Москва	13,35	9	100
09.07.03	14.07.03	16.04.04	Внешторгбанк, г. Москва	14,00	9	200
12.08.03	19.08.03	21.05.04	Внешторгбанк, г. Москва	14,30	9	100
12.09.03	23.09.03	18.06.04	Внешторгбанк, г. Москва	16,50	9	100

3.6.2 Облигации ОАО «АВТОВАЗ»

Выпуск облигаций ОАО «АВТОВАЗ» в феврале 2003 года стал логическим продолжением программы привлечения долгового финансирования на открытом рынке.

В то время как первый этап инвестиционной программы – выпуск векселей – позволил ОАО «АВТОВАЗ» начать формирование собственной публичной кредитной истории, размещение облигаций ознаменовало выход компании на абсолютно новый качественный уровень.

Размещение первого выпуска облигаций ОАО «АВТОВАЗ» прошло на ММВБ 21 февраля 2003 года. Ставка купонов по облигациям была определена в размере 15.25% годовых, а эффективная доходность к погашению составила 16.15% годовых.

Ниже приведены параметры первого облигационного займа ОАО «АВТОВАЗ»:

Эмитент	ОАО «АВТОВАЗ»
Объем выпуска по номиналу	1 000 000 000 рублей
Номинал облигации	1 000 рублей
Срок обращения	360 дней с даты начала размещения (1 год)
Дата погашения	16 февраля 2004 года
Форма и вид облигаций	Документарные, купонные, на предъявителя с обязательным централизованным хранением
Купонный период	3 месяца
Размер купона	15.25% годовых
Цена размещения	100% от номинала

**Способ размещения**

Открытая подписка, аукцион по купону

Размещение

ММВБ

Вторичное обращение

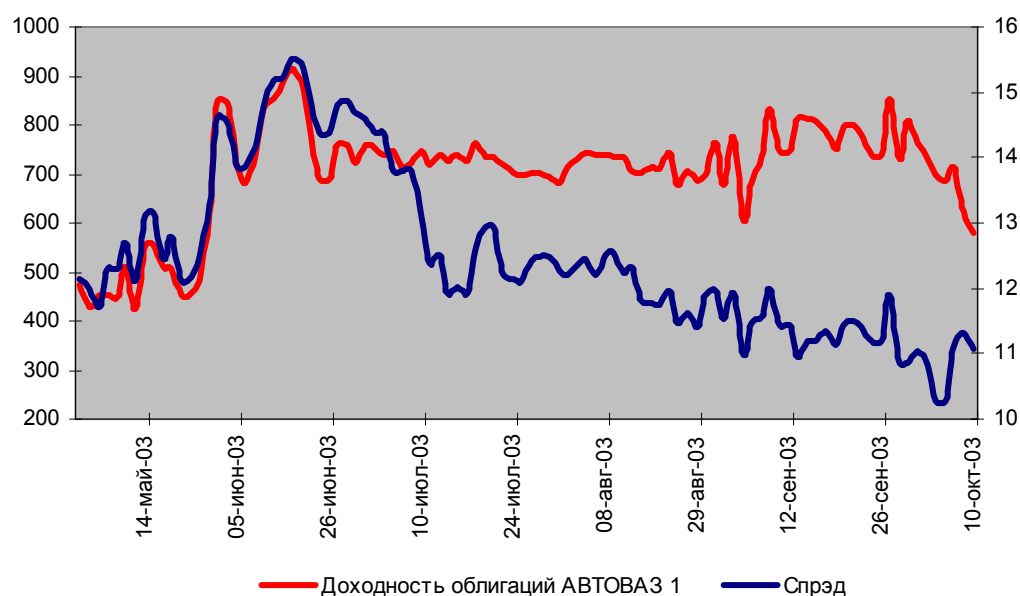
ММВБ, внебиржевой рынок

Организатор

ОАО Внешторгбанк

С момента начала обращения общий объем торгов на ММВБ (включая РПС) по облигациям первой серии составил 879.57 млн. руб., что соответствует среднедневному обороту в размере около 3 млн. руб. Ниже представлен график изменения доходности облигаций ОАО «АВТОВАЗ» за период с 30 апреля 2003 года по 9 октября 2003 года, а также динамику спреда облигаций ОАО «АВТОВАЗ» к аналогичным по дюрациям облигациям Москвы 25-го выпуска:

Доходность облигаций АВТОВАЗ 01 и спред к Москве 25
в 2003 году



Необходимо отметить постоянное сокращение спреда облигаций АВТОВАЗ 1 к облигациям Москвы 25-ой серии, что свидетельствует об улучшении кредитных качеств ОАО «АВТОВАЗ» как заемщика в глазах инвесторов.



4. Финансовый анализ эмитента

4.1 Отчетность ОАО «АВТОВАЗ»

В целях повышения финансовой прозрачности и инвестиционной привлекательности компании, а также для целей проведения содержательного и адекватного анализа развития финансовых показателей, ОАО «АВТОВАЗ» публикует финансовую отчетность по международным стандартам (МСФО), которая дополняет финансовую отчетность, подготовленную в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ). Одним из преимуществ отчетности по МСФО является корректировка отчетных данных в соответствии с инфляцией, кумулятивный показатель которой, с 1 января 1999 года составил 224%. Для представления финансовой отчетности с учетом инфляции были использованы следующие коэффициенты дисконтирования, отражающие финансовые показатели компании за 1999-2002 гг. в ценах на 31 декабря 2002 года:

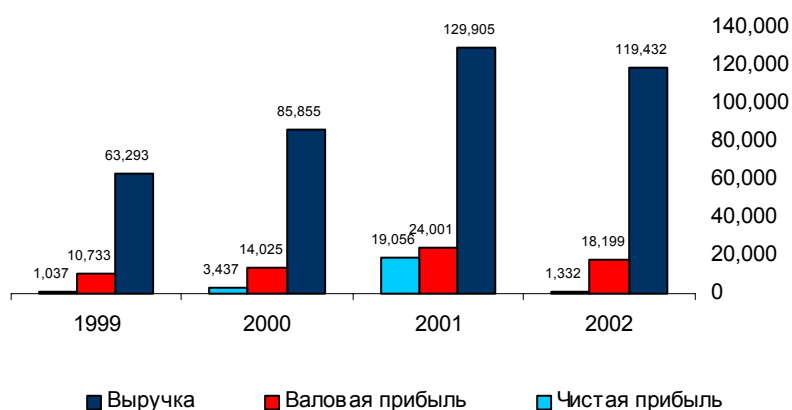
	2002	2001	2000	1999
Инфляция	15.1	18.6	20.2	36.5
Коэффициент	1.00	1.15	1.37	1.64

В данном инвестиционном меморандуме анализируется финансовое положение Группы «АВТОВАЗ». Источником данных является консолидированная финансовая отчетность Группы за 2000-2002 гг. по МСФО. Все цифры скорректированы с учетом инфляции и представлены относительно покупательной способности рубля на 31 декабря 2002 года. Источником данных за первое полугодие 2003 года является финансовая отчетность ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ.

4.2 Основные финансовые показатели

Ниже представлены основные финансовые показатели Группы «АВТОВАЗ», рассчитанные на основе консолидированной финансовой отчетности по МСФО за 2000-2002 гг.

Основные финансовые показатели Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг., в млн. руб.





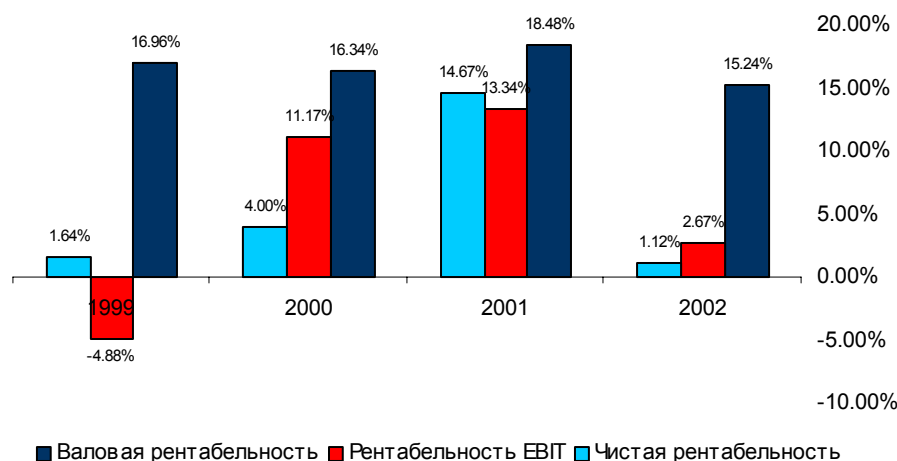
За четыре года Группа «АВТОВАЗ» практически удвоило выручку, а совокупная прибыль, полученная за этот период, составила 20.7 млрд. руб. в ценах 2002 года.

В 2002 году было произведено 703 038 автомобилей, что составляет 91.7% от плана, тогда как в 2001 году было произведено 767 307 автомобилей. Снижение производства было, в первую очередь, обусловлено превышением предложения над спросом.

Снижение прибыли Группы АВТОВАЗ объясняется изменением структуры расходов Группы, и, в частности, увеличением социальных расходов и расходов на оплату труда.

Ожидается, что в 2004 году спрос на автомобили ОАО «АВТОВАЗ» повысится в связи с выходом новых моделей, что, в свою очередь, приведет к увеличению объемов выручки и рентабельности компании.

**Показатели рентабельности Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг..**



В течение 1999-2002 гг. средняя валовая рентабельность Группы «АВТОВАЗ» составила 16.75%, рентабельность EBIT – 5.58%, а чистая рентабельность – 5.36%.

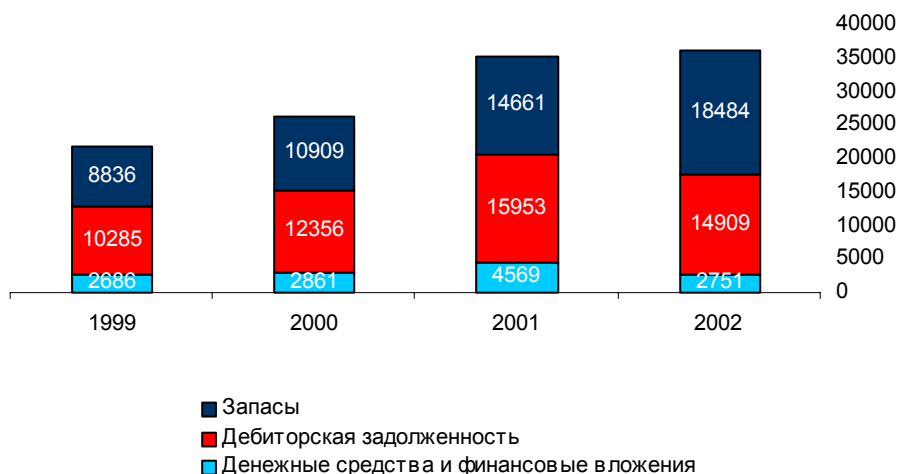
4.3 Анализ балансового отчета

В течение 1999-2002 гг. активы Группы «АВТОВАЗ» выросли на 63%, а собственный капитал – на 160% до 139 и 64 млрд. рублей соответственно.

Рост активов в 1999-2002 гг. был обусловлен увеличением стоимости основных средств (на 62%) и товарно-материальных запасов (+109%), что связано с увеличением производства автомобилей.



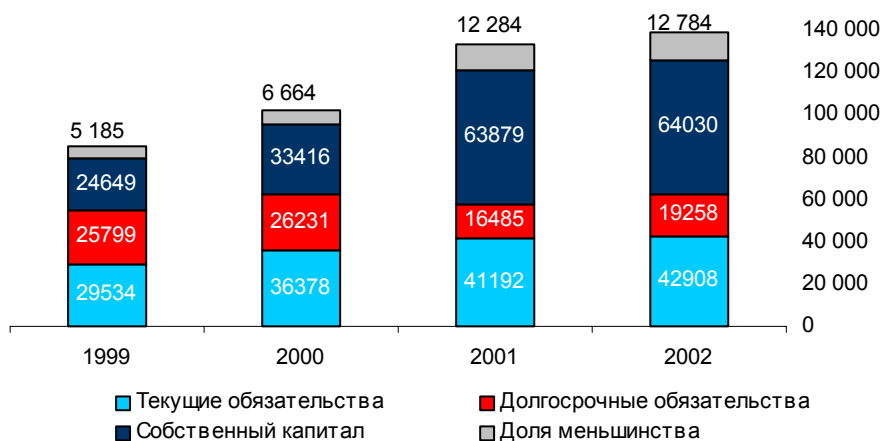
Структура текущих активов Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг., млн. руб.



За рассмотренный промежуток времени доля запасов в структуре оборотных активов выросла с 41% до 51%, а доля денежных средств и эквивалентов упала с 12% до 8%. На 6% упала доля дебиторской задолженности и расчетов с покупателями в структуре текущих активов Группы.

Рассматривая структуру пассивов Группы «АВТОВАЗ» стоит отметить уменьшение доли долгосрочных обязательств до 14% и увеличение доли собственного капитала до 46%.

Структура пассивов Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг., млн. руб.



В течение 1999-2002 гг. показатели кредитоспособности и финансовой устойчивости Группы «АВТОВАЗ» сохранялись на хорошем уровне.



Несмотря на то, что коэффициенты ликвидности Группы «АВТОВАЗ» несколько ниже нормативных значений, они, в то же время, выше средних по отрасли, рассчитанных по финансовой отчетности российских автопроизводителей ГАЗ, УАЗ и ЗИЛ. Так, коэффициент текущей ликвидности Группы «АВТОВАЗ», составивший в 2002 году 0.84 (при нормативе >1), на 22 б.п. выше среднего по отрасли, который в 2002 году составил 0.62. Таким образом, учитывая отраслевую специфику, коэффициенты Группы «АВТОВАЗ» находятся на хорошем уровне.

Чистый оборотный капитал (превышение оборотных активов над текущими пассивами) Группы в 2002 году составил -6.7 млрд. рублей, что является негативным фактором. Однако, учитывая, что с 1999 года значение коэффициента не было положительным, а Группа «АВТОВАЗ» исправно выполняла свои финансовые обязательства, отрицательное значение коэффициента можно также объяснить отраслевой спецификой и рассматривать как приемлемое.

**Коэффициенты платежеспособности Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг.**

	2002	2001	2000	1999
Абсолютная ликвидность	0.06	0.11	0.08	0.09
Срочная ликвидность	0.41	0.50	0.42	0.44
Текущая ликвидность	0.84	0.85	0.72	0.74
Чистый оборотный капитал (млн. руб.)	-6 764.00	-6 009.00	-10 252.24	-7 727.65
Покрытие процентов EBIT	1.93	2.38	0.04	0.00
Финансовая независимость	0.46	0.48	0.33	0.29
Обязательства к активам	0.45	0.43	0.61	0.65
Долг. обязательства к активам	0.14	0.12	0.26	0.30

Стоит отметить, что коэффициент финансовой независимости, равный 0.46, а также отношение долгосрочных обязательств к активам на уровне 0.14 отражает благоприятную структуру пассивов компании, при которой уровень долговой нагрузки (имеются в виду долгосрочные обязательства) не является чрезмерно высоким, и большая часть активов финансируется за счет собственного капитала компании.

На 31 декабря 2002 года краткосрочная задолженность компании финансовым институтам составляла 9 296 млн. руб., а долгосрочная задолженность – 4 005 млн. руб. Ниже представлена структура займов, подлежащих погашению:

Структура задолженности Группы «АВТОВАЗ» в 2002 г.

Краткосрочная задолженность		
	Ставка процента	Объем, млн. руб.
ЕВРО	6.8% - 13%	1 792
Доллары США	8.6% - 13%	1 067
Рубли	17% - 25%	6 437
Всего		9 296
Долгосрочная задолженность		
	Ставка процента	Объем, млн. руб.
ЕВРО	8.60%	347
Доллары США	6.8%-10.2%	2 690
Рубли	18%-24.5%	968



Всего	4 005
Объем выплат	Объем, млн. руб.
От 1 года до 2 лет	1 530
От 2 до 3 лет	564
От 3 до 4 лет	593
От 4 до 5 лет	374
Более 5 лет	944
Всего	4 005

4.4 Анализ отчета о прибылях и убытках

В 2002 году общая выручка Группы АВТОВАЗ составила 119.432 млрд. руб., что на 8% меньше чем в 2001 году. Ниже представлены основные показатели отчетов о прибылях и убытках Группы АВТОВАЗ за 1999-2002 гг. по МСФО (данные в млн. рублей):

	2002	2001	2000	1999
Чистая выручка от реализации	119 432	129 905	85 855	63 293
Себестоимость реализации	-101 233	-105 904	-71 830	-52 561
Валовая прибыль от реализации	18199	24001	14025	10733
Операционные расходы	-12 247	-15 333	-13 882	-10 708
Прибыль от основной деятельности	5 952	8 668	142	25
Прочие доходы / расходы	3 389	15 937	16 010	11 446
EBIT	3187	17333	9593	-3090
Расходы по финансированию	-3 077	-3 636	-3 280	-7 280
Чистая прибыль	1332	19056	3437	1037

Рентабельность и динамика финансовых показателей Группы «АВТОВАЗ» в 2000-2002 гг.

	2002	2001	2000	Среднее знач.
Валовая рентабельность	15.2%	18.5%	16.3%	16.7%
Рентабельность EBIT	2.7%	13.3%	11.2%	9.1%
Чистая прибыль	1.1%	14.7%	4.0%	6.6%
ROA	1.0%	14.2%	3.3%	6.2%
ROE	2.1%	29.8%	10.3%	14.1%
ROI	1.6%	23.7%	5.8%	10.4%
Рост выручки	-8.1%	51.3%	35.6%	26.3%
Рост EBIT	-81.6%	80.7%	310.5%	103.2%
Рост чистой прибыли	-93.0%	454.4%	231.5%	197.7%
Рост активов	3.8%	30.3%	20.6%	18.2%
Рост собственного капитала	0.2%	91.2%	35.6%	42.3%

Снижение выручки в 2002 году можно объяснить снижением производства автомобилей и превышением предложения автомобилей ВАЗ над спросом. Тем не менее, средний рост выручки за последние 3 года составил 26.3%.

Группа АВТОВАЗ является самым рентабельным предприятием российского автомобилестроения:



**Сравнительная рентабельность Группы АВТОВАЗ и
прочих российских автопроизводителей в 2000-2002 гг.***

	2002	2001	2000
<u>Валовая рентабельность</u>			
АВТОВАЗ	15%	18%	16%
ГАЗ	10%	6%	2%
УАЗ	3%	11%	-12%
ЗИЛ	-24%	-30%	-20%
Среднее	-4%	-4%	-10%
<u>Чистая рентабельность</u>			
АВТОВАЗ	1%	15%	4%
ГАЗ	1%	0%	-17%
УАЗ	19%	-4%	35%
ЗИЛ	-56%	-38%	28%
Среднее	-12%	-14%	15%
<u>Рентабельность активов</u>			
АВТОВАЗ	1%	14%	3%
ГАЗ	1%	0%	-2%
УАЗ	21%	-3%	41%
ЗИЛ	-18%	-14%	12%
Среднее	1%	-6%	17%

* Источник: отчетности компаний за 2000-2002 гг. Среднее значение рассчитано из показателей ГАЗа, УАЗа и ЗИЛа.

Стоит отметить, что рентабельность Группы АВТОВАЗ отличается стабильностью, и ни разу за последние 4 года рентабельность Группы не была отрицательной.

В 2002 году произошли изменения в структуре расходов Группы АВТОВАЗ, вследствие чего несколько снизилась рентабельность Группы, а также размер чистой прибыли и EBIT. В структуре выручки изменений практически не произошло: из 119 млрд. руб. 80% (95 млрд. руб.) пришлось на товарные автомобили, 15% (17.86 млрд. руб.) – на автомобильные запчасти и сборочные комплекты, и 5% - на прочую реализацию. В 2001 году на вышеуказанные статьи выручки приходилось 83%, 13% и 5% соответственно.

**Структура выручки Группы АВТОВАЗ
в 2000-2002 гг.**

	2002	2001	2000
Доля товарных автомобилей	80%	83%	84%
Доля запчастей и сборочных комплектов	15%	13%	12%
Доля прочей реализации	5%	5%	4%
Всего	100%	100%	100%

При снижении производства машин в 2002 году на 11.5%, снижение себестоимости продукции составило лишь 4.41% в первую очередь за счет увеличения затрат на оплату труда на 41% (с 8 474 млн. руб. в 2001 году до 11 938 млн. руб. в 2002 году). Таким образом доля затрат на оплату труда в структуре себестоимости выросла с 8% в 2001 году до 11.8% в 2002 году. Также произошло увеличение доли социальных расходов с 2.6% в 2001 году до 3% в 2002 году.



Структура себестоимости реализации Группы АВТОВАЗ
в 2001-2002 гг. млн. руб.

	2002	2001
Материалы и комплектующие	76 403	79 347
Оплата труда	11 938	8 474
Производственные накладные расходы	7 455	8 299
Износ	5 869	5 947
Социальные расходы	2 997	2 771
Изменения в запасах готовой продукции	-3 429	1 066
Всего	101 233	105 904

В 2002 году также увеличились административные расходы Группы.

Структура административных расходов Группы АВТОВАЗ
в 2001-2002 гг., в млн. руб.

	2002	2001
Оплата труда	3 398	2 423
Налог на пользователей автодорог	1 053	1 164
Прочие налоги	1 982	1 829
Расходы на транспортировку персонала	581	526
Оплата услуг консультантов	461	106
Материалы	353	412
Услуги банков	203	184
Расходы на ремонт	142	128
Расходы по списанию безнадежной задолженности	-55	-211
Прочие административные расходы	928	870
Всего	9046	7431

4.5 Финансовая отчетность за 1-е полугодие 2003 г.

В этом разделе представлен анализ финансовой отчетности ядра Группы АВТОВАЗ – ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ (Российские Стандарты Бухгалтерского Учета) за 1-е полугодие 2003 года. В отличие от МСФО, РСБУ не предполагает корректировки на инфляцию, а также отражает финансовое состояние только ОАО «АВТОВАЗ», и поэтому является несопоставимой с консолидированной отчетностью эмитента по МСФО. Данные финансовой отчетности ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ за 1-е полугодие 2003 года сопоставляются с началом отчетного периода (для балансового отчета) и с аналогичным периодом 2002 года (для Отчета о прибылях и убытках).

Основные финансовые показатели ОАО «АВТОВАЗ»
в 1-ом полугодии 2003 года, в млн. руб.

	1-е пол. 2003 г.	1-е пол. 2002 г.	Изменение, %
Выручка от реализации	50 343	48 983	2.8%
Себестоимость реализации	44 603	41 342	7.9%
Валовая прибыль	5 740	7 641	-24.9%
Прибыль (убыток) от продаж	4 329	6 484	-33.2%
Прибыль (убыток) до налогообложения	2 167	3 423	-36.7%
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	1 487	2 521	-41.0%
Чистая прибыль	1487	2521	-41.0%



В первом полугодии 2003 года выручка ОАО «АВТОВАЗ» выросла на 2.8% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Стоит отметить, это увеличение сопровождалось ростом себестоимости на 7.9%, что привело к уменьшению рентабельности ОАО «АВТОВАЗ» в 1-ом полугодии 2003 года:

Рентабельность ОАО «АВТОВАЗ»
в 1-ом полугодии 2003 года, в %

	1-е пол. 2003 г.	1-е пол. 2002 г.	Изменение, п.п.
Валовая рентабельность	11.4%	15.6%	-4.2%
Рент. по прибыли до налогообложения	4.3%	7.0%	-2.7%
Чистая рентабельность	3.0%	5.1%	-2.2%
Рентабельность активов	1.5%	2.5%	-1.0%
Рентабельность собственного капитала	3.6%	6.1%	-2.5%

Снижение рентабельности активов и собственного капитала обусловлено более высоким ростом этих показателей по сравнению с ростом чистой прибыли. Так, рост активов ОАО «АВТОВАЗ» в 1-ом полугодии 2003 года составил 3.25% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Объем активов составил 101 964 млн. руб. Собственный капитал ОАО «АВТОВАЗ» вырос за тот же период до 41 212 млн. руб. (+3.17%).

Основные показатели баланса ОАО «АВТОВАЗ»
в 1-ом полугодии 2003 года, в млн. руб.

	Начало отчетного периода	Конец отчетного периода	Изменение, %
Внеоборотные активы	65 320	65 725	0.6%
Оборотные активы	33 437	36 239	8.4%
Активы всего	98757	101964	3.2%
Капитал и резервы	39 945	41 212	3.2%
Долгосрочные обязательства	22 158	25 523	15.2%
Краткосрочные обязательства	36 654	35 229	-3.9%
Пассивы всего	98757	101964	3.2%

В течение отчетного периода произошли некоторые изменения в структуре баланса ОАО «АВТОВАЗ». Так, существенно возросла доля оборотных активов в структуре активов (на 8.4%), а также увеличилась доля долгосрочных обязательств (на 15.2%).

Коэффициенты платежеспособности ОАО «АВТОВАЗ»
в 1-ом полугодии 2003 года, в млн. руб.

	1-е пол. 2002 г.	1-е пол. 2003 г.
Текущая ликвидность	0.91	1.03
Срочная ликвидность	0.27	0.63
Абсолютная ликвидность	0.10	0.37
Чистый оборотный капитал, млн. руб.	-3 217.00	1 010.00
Покрытие процентов прибылью от продаж	н.д.	11.13
Финансовая независимость	0.40	0.40
Обязательства к активам	0.60	0.60
Долг. обязательства к активам	0.22	0.25



Платежеспособность ОАО «АВТОВАЗ» находится на высоком уровне. Значения показателей ликвидность находятся в пределах нормативных диапазонов, чистый оборотный капитал составляет свыше 1 млрд. руб., в коэффициент покрытия процентов, равный 11.13, является достаточно высоким. Говоря о структуре капитала, стоит отметить, что в сравнении с началом 2003 года она осталась практически неизменной. Единственным недостатком в структуре капитала ОАО «АВТОВАЗ» является недостаточно высокое значение коэффициента финансовой независимости, свойственное большинству российских предприятий.

4.6 Анализ кредитоспособности эмитента

Основной целью анализа кредитоспособности эмитента в рамках данного информационного меморандума является определение финансовой устойчивости компании, что включает в себя анализ структуры капитала и финансовых коэффициентов. Кроме того, подготовлен прогноз финансовых потоков, необходимых для исполнения обязательств по новому облигационному выпуску.

При проведении анализа кредитоспособности используются данные финансовой отчетности Группы «АВТОВАЗ» по МСФО, поскольку оценивать кредитоспособность такого заемщика как ОАО «АВТОВАЗ» нужно в рамках кредитоспособности группы, ядром которой он является.

Итак, рассматривая структуру капитала Группы «АВТОВАЗ» можно выделить следующие положительные моменты:

- Начиная с 1999 года отношение долгосрочных обязательств Группы «АВТОВАЗ» к суммарным активам сократилось с 30% до 14%, что говорит о существенном снижении долговой нагрузки.
- Коэффициент финансовой независимости Группы (отношение собственного капитала к активам) вырос с 0.29 до 0.46, что является прямым следствием уменьшения доли заемного капитала в структуре пассивов Группы.
- В течение 1999-2002 гг. доля собственного капитала в структуре пассивов выросла с 29% до 46%, а абсолютное значение собственного капитала возросло с 24.65 млрд. руб. до 64 млрд. руб.

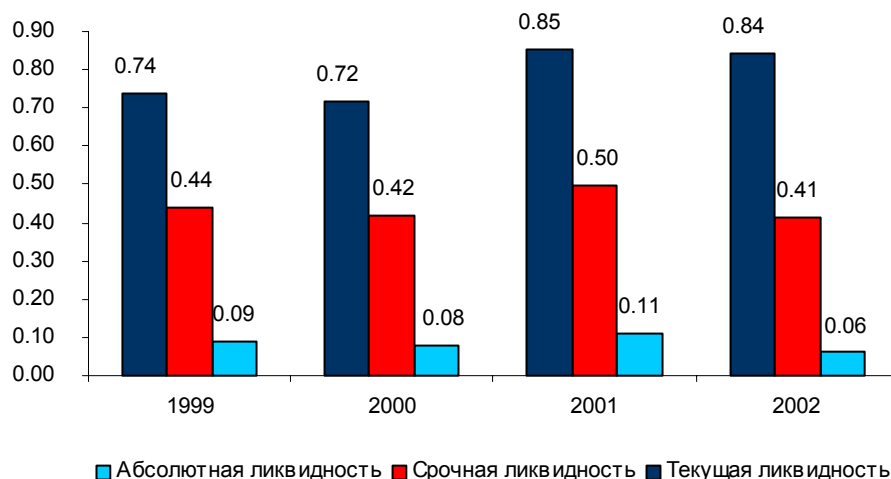
Таким образом, можно заключить, что в течение последних лет Группа «АВТОВАЗ» сделала существенные шаги в области улучшения структуры капитала, что привело к увеличению независимости Группы от внешних заимствований, а также к увеличению «подушки безопасности» в виде собственного капитала Группы.

В целом изменения в структуре капитала Группы «АВТОВАЗ» отражает улучшение финансового состояния компании в течение последних четырех лет.

Анализ финансовых коэффициентов Группы указывает на ряд изменений в финансово-хозяйственной деятельности компании. Во-первых, с 1999 года существенно улучшилась текущая ликвидность компании: значение коэффициента составило 0.84 в 2002 году, то время как в 1999 году коэффициент был равен 0.74. Тем не менее значение коэффициентов срочной и абсолютной ликвидности незначительно снизилось.



Коэффициенты ликвидности Группы «АВТОВАЗ»
в 1999-2002 гг.



Коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности находятся вне оптимальных диапазонов, которые составляют от 0.2 до 0.5 и от 1 до 2 соответственно. Однако это не помешало компании выполнять свои обязательства и при этом получать прибыль. Стоит также учитывать что долгосрочные и краткосрочные обязательства Группы полностью покрываются размером собственного капитала, а отношение капитала к суммарным обязательствам составляет 1.03.

Коэффициент покрытия процентов Группы находится на высоком уровне 1.93, что говорит о способности компании обслуживать долг без рефинансирования.

Таким образом, Группа «АВТОВАЗ» в течение 1999-2002 гг. предприняла ряд шагов по улучшению финансового состояния компании, что выразилось в улучшении структуры капитала и улучшении ликвидности. В целом финансовая устойчивость Группы «АВТОВАЗ» находится на высоком уровне, как и кредитоспособность компании. В ближайшее время у Группы «АВТОВАЗ» не должно возникнуть сложностей связанных ни с обслуживанием долга, ни с погашением основной суммы долга.

ОАО «АВТОВАЗ» был подготовлен план финансовых потоков, учитывающий поступления от размещения второго выпуска облигаций и расходы на обслуживание облигационного займа до 1-го полугодия 2008 года.



Прогноз финансовых потоков ОАО «АВТОВАЗ»
в 2003-2008 гг. *

В млрд. руб.	2 пол. 2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	1 пол. 2008 г.	Итого за период
Поступления от реализации продукции	55	115.5	121.3	127.3	133.7	70.2	623
Поступления от облигационного займа	3	-	-	-	-	-	3
Итого поступлений	58	115.5	121.3	127.3	133.7	70.2	626
Расходы, связанные с производством продукции	51	108.1	113.5	120.3	126.4	66.3	585.7
Расходы, связанные с облигационным займом серии 01	0.1	1	-	-	-	-	1.1
Расходы на организацию выпуска и выплату купонов и погашение по облигациям займа серии 02	0.006	0.45	0.4	0.35	0.35	3.3	4.856
Итого расходы	51.11	109.55	113.9	120.65	126.65	69.6	591.7
Средства, остающиеся в распоряжении предприятия	6.9	5.95	7.4	6.65	6.95	0.6	34.44
Средства, остающиеся в распоряжении предприятия, накопленным итогом	6.9	12.84	20.24	26.89	33.84	34.44	-

* Прогноз составлен только для ОАО «АВТОВАЗ»

ОАО «АВТОВАЗ» планирует исполнять обязательства по облигациям за счет доходов, получаемых от основной производственной деятельности компании.



5. Инвестиционные риски

5.1 Общеэкономические риски

Эмитент подвержен макроэкономическим рискам, и, прежде всего, риску изменения реальных доходов населения.

- а) рост доходов населения приводит к тому, что население отдает предпочтение более дорогим автомобилям иностранного производства (действия эмитента в случае ухудшения ситуации в отрасли: корректировка модельного ряда, повышение качества и увеличение пакета услуг, сопутствующих выпускаемым автомобилям);
- б) уменьшение доходов населения приведет к спаду объемов продаж (действия эмитента в случае ухудшения ситуации в отрасли: ОАО «АВТОВАЗ» корректирует цены на автомобили в соответствии со спросом).

Стоит также отметить риск регулирования импортных пошлин:

- в случае уменьшения пошлин сектор рынка покупателей автомобилей может перейти к иностранному производителю (действия эмитента в случае ухудшения ситуации в отрасли: корректировка модельного ряда, повышение качества и увеличение пакета услуг, сопутствующих выпускаемым автомобилям).

Также необходимо отметить риск изменения потребительских настроений:

- потребительские настроения, которые выражаются в стремлении к накоплению (сбережения растут более быстрыми темпами, чем расходы) и в предпочтении более качественных автомобилей с более высокими потребительскими свойствами (действия эмитента в случае ухудшения ситуации в отрасли: корректировка модельного ряда, повышение качества и увеличение пакета услуг, сопутствующих выпускаемым автомобилям).

Кроме того, существенным является риск инфляции:

- Рост инфляции влияет на финансовые результаты деятельности эмитента неоднозначно. Он может привести к увеличению затрат предприятия (за счет роста цена на энергоресурсы, сырье и материалы), и как следствие, падению прибылей эмитента и соответственно рентабельности. В тоже время увеличение темпов роста инфляции приведет к росту потребительских цен на продукцию, что позволит переложить часть бремени на потребителя продукции, а также к обесцениванию реальной стоимости рублевых обязательств. Анализ динамики инфляции в Российской Федерации показывает, что ее темпы снижаются. В 2000 году инфляция составляла 20,2% годовых, в 2001 году - 18,6%, в 2002 году - 15,1%, в I-м полугодии 2003 года - 7,9%. Для снижения отрицательного влияния инфляции эмитент периодически проводит индексацию отпускных цен на продукцию. Критический уровень инфляции



для эмитента не просчитывается и существенно превышает текущий уровень инфляции.

5.2 Региональные риски

Самарская область один из самых успешных и динамично развивающихся регионов России — на общем фоне экономической ситуации в регионах ее экономика наиболее динамично и последовательно продвигается к рыночным отношениям, адаптируясь к мировым производственным и финансово-экономическим требованиям. В структуре экспорта преобладают нефтепродукты, удобрения, необработанный алюминий, синтетический каучук и автомобили.

В рейтинге российских регионов журнала «Эксперт» за 2002 год Самарская область находится в группе регионов 2В (средний потенциал – умеренный риск). За все годы составления рейтинга в десятке лидеров по инвестиционному потенциалу побывали 17 регионов, в десятку лучших регионов неизменно входила Самарская область. По данным агентства за 2001-2002 г.г. инвестиционный потенциал Самарского региона оценивается следующим образом.

Вид потенциала	Ранг
Производственный	6
Финансовый	6
Институциональный	6
Инновационный	8
Трудовой	6
Потребительский	4
Инфраструктурный	22

Уровень инвестиционного риска Самарской области в рейтинге российских регионов за 2002 год по оценке журнала «Эксперт» снизился на 10 пунктов, что свидетельствует об улучшении инвестиционного климата в регионе.

Самарской области присвоен международный кредитный рейтинг «Standard & Poor's» на уровне «B+» (прогноз «позитивный») и «Moody's» – «Ba3» (прогноз «стабильный»). Более высокую рейтинговую оценку имеют среди субъектов Российской Федерации г. Москва и г. Санкт-Петербург.

ОАО «АВТОВАЗ» является одним из системообразующих предприятий региона в целом и г. Тольятти в частности. Таким образом, можно говорить, что финансовое положение Эмитента обеспечивает благосостояние населения, развитие инфраструктуры региона, и только макроэкономические изменения в стране, а значит и в регионе, могут оказать негативное влияние на деятельность ОАО «АВТОВАЗ». Резкие изменения регионального масштаба (экологические, политические, демографические, социальные) маловероятны, но их возникновение, безусловно, отразится на деятельности компании. В силу своего положения ОАО «АВТОВАЗ» способно оказывать влияние на ситуацию, складывающуюся в регионе, в случае форс-мажорных обстоятельств при помощи экстренных мер (например, устранение последствий аварий), и принимает своевременные профилактические меры: проведение природоохранных мероприятий, реализация кадровой политики, развитие социальной инфраструктуры.



5.3 Валютные риски

Поскольку эмитент осуществляет торговые операции, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, он подвергает себя определенному валютному риску. Для того, чтобы снизить риски, связанные с колебаниями валютного курса, эмитент принимает схему дифференцированного подхода к валютам, применяемым в расчетах. Такая схема помогает избежать неблагоприятного воздействия существенных колебаний валютного курса на деятельность эмитента. Расчеты эмитента с поставщиками и заказчиками производятся преимущественно в рублях РФ, что существенно снижает влияние валютных рисков.

5.4 Риски, связанные с облигациями

На протяжении срока обращения облигаций рыночная цена определяется участниками фондового рынка и может колебаться в зависимости от их субъективных оценок кредитоспособности эмитента, перспектив изменения процентных ставок и прочих факторов.

В связи с этим, цена, по которой держатели облигаций могут реализовать их на открытом рынке до истечения срока обращения, может отклоняться в ту или иную сторону от цены покупки.

С учетом того, что структура выпуска предполагает две оферты (в дату выплаты 3-го и 6-го купонов) по фиксированной цене (100% от номинала), риск изменения цены существенно снижается, поскольку наличие оферт позволяет инвестору погасить облигации до истечения срока обращения облигаций.



Приложение: финансовая отчетность

Балансовый отчет Группы «АВТОВАЗ» по МСБУ за 1999-2002 гг. Данные в миллионах рублей относительно покупательной способности рубля на 31 декабря 2002 года.

	2002	2001	2000	1999
<u>АКТИВЫ</u>				
Текущие активы				
Денежные средства и их эквиваленты	2 751	4 569	2 861	2 686
Расчеты с покупателями, нетто	8 247	9 116	7 084	6 339
Расходы, произведенные авансом, авансы и прочая дебиторская задолженность	6 662	6 837	5 272	3 946
Товарно-материальные запасы	18 484	14 661	10 909	8 836
Всего текущие активы	36 144	35 183	26 126	21 807
Основные средства	100 383	97 455	75 125	61 898
Инвестиции, имеющиеся в наличии для продажи	466	305	1 160	1 163
Инвестиции в зависимые общества	754	478	0	0
Опытно-конструкторские разработки	714	0	0	0
Прочие активы	519	419	278	301
ВСЕГО АКТИВЫ	138 980	133 840	102 689	85 168
<u>ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ</u>				
Текущие обязательства				
Текущие расчеты с поставщиками	17 444	16 628	14 026	9 556
Прочая задолженность и начисленные расходы	7 525	7 161	5 474	6 559
Текущая задолженность по налогообложению	2 822	3 859	8 246	6 796
Резервы	4 760	4 367	780	1 062
Краткосрочные займы	9 296	4 947	4 225	3 854
Авансы от покупателей	1 061	4 230	3 627	1 708
Всего текущие обязательства	42 908	41 192	36 378	29 534
Долгосрочные займы	4 005	3 292	6 197	11 377
Долгосрочная задолженность по налогообложению	4 491	5 483	9 166	9 969
Отложенное налоговое обязательство	10 762	7 710	10 868	4 454
Всего обязательства	62 166	57 677	62 610	55 334
<u>Доля меньшинства</u>	12 784	12 284	6 664	5 185
Собственный капитал				
Акционерный капитал	28 890	30 193	22 795	18 495
Поправка на валютный курс	1 119	961	620	678
Нераспределенная прибыль	34 021	32 725	10 000	5 476
Всего собственный капитал	64 030	63 879	33 416	24 649
ВСЕГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ	138 980	133 840	102 689	85 168



Отчет о прибылях и убытках Группы «АВТОВАЗ» по МСБУ за 1999-2002 гг. Данные в миллионах рублей относительно покупательной способности рубля на 31 декабря 2002 года.

	2002	2001	2000	1999
Чистая выручка от реализации	119 432	129 905	85 855	63 293
Себестоимость реализации	-101 233	-105 904	-71 830	-52 561
Валовая прибыль от реализации	18 199	24 001	14 025	10 733
Административные расходы	-9 046	-7 431	0	0
Расходы по продаже продукции	-2 947	-2 688	-10 973	-6 287
Расходы на НИОКР	-1 425	-2 874	-1 194	-1 054
Прочие операционные расходы	-731	-2 340	-1 715	-3 366
Восстановление резерва под обесценивание осн. средств	1 902	0	0	0
Прибыль от основной деятельности	5 952	8 668	142	25
Расходы на выплату процентов	-3 077	-3 636	-3 280	-7 280
Убыток от курсовой разницы	-1 266	-83	-311	-4 391
Прибыль по денежной позиции	4 187	6 003	6 476	10 687
Прибыль в рез-те уменьшения и списания задолженности по налогам и прочим заемным средствам	601	9 787	9 846	5 149
Убыток / прибыль от изменения справедливой стоимости инвестиций, имеющих в наличии для продажи, и производных финансовых инструментов, нетто	0	0	0	0
Внереализационные доходы / расходы	-133	230	0	0
Прибыль до налогообложения	6 264	20 969	12 873	4 190
Расходы по налогу на прибыль	-4 932	-1 913	-9 436	-3 154
Чистая прибыль	1 332	19 056	3 437	1 037
Доля меньшинства	-241	-3 139	-598	-184
Чистая прибыль акционеров Группы "АВТОВАЗ"	1 091	15 917	2 839	853
Средневзвешенное количество акций, находящихся в обращении в течение года (в тысячах)	0	0	0	0
Прибыль на акцию (в руб.)	14 980	15 101	11 039	9 233
	73	1 054	188	56



Балансовый отчет ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ за 1-е полугодие 2003 года. Данные в миллионах рублей.

на 30 июня 2003 г.

Организация: **Открытое акционерное общество "АВТОВАЗ"**

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид деятельности: **производство автомобилей**

Организационно-правовая форма / форма собственности: **открытое акционерное общество/смешанная**

Единица измерения: **млн. руб.**

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКДП

по

ОКОПФ/ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710001

00232934

6320002223

34

47/41

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы (04, 05)	110	102	90
патенты, лицензии, товарные знаки (знаки обслуживания), иные аналогичные с перечисленными права и активы	111	102	90
организационные расходы	112	-	-
деловая репутация организации	113	-	-
Основные средства (01, 02, 03)	120	49 690	48 891
земельные участки и объекты природопользования	121	-	-
здания, машины и оборудование	122	49 690	48 891
Незавершенное строительство (07, 08, 16, 61)	130	10 324	11 512
Доходные вложения в материальные ценности (03)	135	268	245
имущество для передачи в лизинг	136	268	245
имущество, предоставляемое по договору проката	137	-	-
Долгосрочные финансовые вложения (06,82)	140	4 936	4 987
Инвестиции в дочерние общества	141	3 434	3 437
Инвестиции в зависимые общества	142	898	892
Инвестиции в другие организации	143	233	252
займы, предоставленные организациям на срок более 12 месяцев	144	255	363
прочие долгосрочные финансовые вложения	145	116	43
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
ИТОГО по разделу I	190	65 320	65 725
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	17 398	14 944
сырье, материалы и другие аналогичные ценности (10, 12, 13, 16)	211	6 979	7 922
животные на выращивании и откорме (11)	212	-	-
затраты в незавершенном производстве (издержках обращения) (20, 21, 23, 29, 30, 36, 44)	213	4 427	4 980
готовая продукция и товары для перепродажи (16, 40, 41)	214	4 802	943
товары отгруженные (45)	215	113	170
расходы будущих периодов (31)	216	959	902
прочие запасы и затраты	217	118	27
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям (19)	220	3 949	3 659
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	2 014	990
покупатели и заказчики (62, 76, 82)	231	1 345	313
векселя к получению (62)	232	23	19
задолженность дочерних и зависимых обществ (78)	233	125	125
авансы выданные (61)	234	236	153
прочие дебиторы	235	285	380
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	6 526	9 049
покупатели и заказчики (62, 76, 82)	241	3 664	4 837
векселя к получению (62)	242	39	56



задолженность дочерних и зависимых обществ (78)	243	998	1 805
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал (75)	244	-	-
авансы выданные (61)	245	1 117	1 289
прочие дебиторы	246	708	1 062
Краткосрочные финансовые вложения (56,58,82)	250	2 855	6 528
займы, предоставленные организациям на срок менее 12 месяцев	251	-	9
собственные акции, выкупленные у акционеров	252	-	-
прочие краткосрочные финансовые вложения	253	2 855	6 519
Денежные средства	260	695	1 069
касса (50)	261	4	4
расчетные счета (51)	262	6	18
валютные счета (52)	263	301	587
прочие денежные средства (55, 56, 57)	264	384	460
Прочие оборотные активы	270	-	-
ИТОГО по разделу II	290	33 437	36 239
БАЛАНС (сумма строк 190 + 290)	300	98 757	101 964

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (85)	410	16 062	16 062
Добавочный капитал (87)	420	39 402	39 402
Резервный капитал (86)	430	117	152
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	117	152
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Фонд социальной сферы (88)	440	-	-
Целевые финансирование и поступления (96)	450	-	-
Нераспределенная прибыль прошлых лет (88)	460	700	-
Непокрытый убыток прошлых лет (88)	465	(16 336)	(15 891)
Нераспределенная прибыль отчетного года (88)	470	-	1 487
Непокрытый убыток отчетного года (88)	475	-	-
ИТОГО по разделу III	490	39 945	41 212
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты (92, 95)	510	3 409	7 390
кредиты банков, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты	511	3 409	223
займы, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты	512	-	7 167
Прочие долгосрочные обязательства	520	18 749	18 133
реструктуризированная налоговая задолженность	521	8 637	8 373
налоговый кредит	522	983	631
векселя к уплате	523	9 129	9 129
ИТОГО по разделу IV	590	22 158	25 523
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты (90, 94)	610	9 638	7 129
кредиты банков, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты	611	7 481	3 594
займы, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты	612	2 157	3 535
Кредиторская задолженность	620	22 115	23 069
поставщики и подрядчики (60, 76)	621	15 708	13 687
векселя к уплате (60)	622	1	1 349
задолженность перед дочерними и зависимыми обществами (78)	623	2 929	4 019



задолженность перед персоналом организации (70)	624	933	538
задолженность перед государственными внебюджетными фондами (69)	625	340	403
задолженность перед бюджетом (68)	626	1 485	1 966
авансы полученные (64)	627	280	481
прочие кредиторы	628	439	626
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов (75)	630	92	268
Доходы будущих периодов (83)	640	49	56
Резервы предстоящих расходов (89)	650	1	1
Прочие краткосрочные обязательства	660	4 759	4 706
ИТОГО по разделу V	690	36 654	35 229
БАЛАНС (сумма строк 490 + 590 + 690)	700	98 757	101 964

**СПРАВКА
О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ**

Наименование показателя	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
Арендованные основные средства (001)	910	449	474
в том числе по лизингу	911	449	474
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение (002)	920	206	138
Товары, принятые на комиссию (004)	930	-	-
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов (007)	940	10 152	10 144
Обеспечения обязательств и платежей полученные (008)	950	585	1 018
Обеспечения обязательств и платежей выданные (009)	960	7 542	11 498
Износ жилищного фонда (014)	970	18	18
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов (015)	980	-	-
программные продукты	990	26	27



Отчет о прибылях и убытках ОАО «АВТОВАЗ» по РСБУ за 1-е полугодие 2003 года. Данные в миллионах рублей.

за 1-е полугодие 2003 года

Организация: **Открытое акционерное общество "АВТОВАЗ"**

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид деятельности: **производство автомобилей**

Организационно-правовая форма / форма собственности: **открытое акционерное общество/смешанная**

Единица измерения: **млн. руб.**

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКДП

по

ОКОПФ/ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710002

00232934

6320002223

34

47/41

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
I. Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	50 343	48 983
из них от продажи:			
автомобилей	011	40 797	40 338
запасных частей, автокомплектов	012	3 936	3 022
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(44 603)	(41 342)
из них проданных:			
запасных частей, автокомплектов	021	(35 031)	(32 877)
автомобилей	022	(3 433)	(2 505)
Валовая прибыль	029	5 740	7 641
Коммерческие расходы	030	(1 411)	(1 157)
Управленческие расходы	040	-	-
Прибыль (убыток) от продаж (строки (010 - 020 - 030 - 040))	050	4 329	6 484
II. Операционные доходы и расходы			
Проценты к получению	060	11	2
Проценты к уплате	070	(1 221)	(391)
Доходы от участия в других организациях	080	4	9
Прочие операционные доходы	090	69 959	66 795
в том числе			
от реализации валюты	091	11 495	2 167
по операциям с векселями	092	58 382	64 576
прочие	099	82	52
Прочие операционные расходы	100	(70 981)	(67 950)
в том числе			
от реализации валюты	101	(11 549)	(2 167)
по операциям с векселями	102	(58 683)	(64 948)
прочие	109	(749)	(835)
III. Внеоперационные доходы и расходы			
Внеоперационные доходы	120	2 138	996
в том числе			
курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	121	782	527
пени, штрафы снятые по решению госорганов	122	-	194
прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году	123	502	49
Прочие	129	854	226
Внеоперационные расходы	130	(2 072)	(2 522)
в том числе			
курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	131	(1 343)	(1 085)
расходы на поощрение и социальное обслуживание	132	(472)	(624)
убытки прошлых лет, выявленные в отчетном году	133	(64)	(134)
Прочие	139	(193)	(679)



Прибыль (убыток) до налогообложения (строки 050 + 060 - 070 + 080 + 090 - 100 + 120 - 130)	140	2 167	3 423
Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	150	(680)	(902)
в том числе			
налог на прибыль	151	(624)	(840)
штрафные санкции	152	(56)	(62)
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	1 487	2 521
IV. Чрезвычайные доходы и расходы			
Чрезвычайные доходы	170	-	-
Чрезвычайные расходы	180	-	-
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода) (строки (160 + 170 - 180))	190	1 487	2 521

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
		прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	2	(64)	2	(124)
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	502	(64)	49	(134)
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	-	-	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	782	(1 343)	527	(1 085)
Снижение себестоимости материально-производственных запасов на конец отчетного периода	250	-	(5)	-	(21)
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	5	-	171	(41)