



SHUTTERSTOCK

# Техника меняет гражданство

Зачем зарубежные компании локализуют производство сельхозтехники в России

Отечественный рынок сельхозтехники благодаря высокому потенциальному спросу привлекает иностранных игроков. Однако доступ на него на волне политики импортозамещения ограничивается. Чтобы получать поддержку государства и конкурировать с российскими машинами по цене, зарубежные компании вынуждены открывать заводы в России.

Татьяна Кулистикова

Политика импортозамещения в агросекторе, проводимая государством, подразумевает не только сокращение ввоза продовольствия из-за рубежа, но и снижение зависимости от иностранных средств производства, в том числе сельхозтехники. Для развития сельхозмашиностроения правительство поддерживает отечественные компании: они получают субсидии по постановлению №1432 и могут продавать аграриям технику со скидкой, а также участвуют в льготных программах «Росагролизинга». Это делает их продукцию более доступной для покупателей и способствует сохранению и повышению спроса на нее. Иностранные компании, выпускающие технику в России, тоже могут рассчитывать на поддержку, однако лишь при условии достаточной локализации производства, а не просто «отверточной сборки». Многие зарубежные игроки заявляли планы локализации производства в России, однако кто-то в итоге отказался от них, кто-то реализует проекты не так быстро, как рассчитывал.

### Без локализации нет господдержки

Действующее с 1 октября 2015 года постановление правительства №719 о критериях отнесения промышленной продукции к выпущенной в России четко проводит черту между техникой отечественного и зарубежного производства. Так, с этого года тракторы и самоходные комбайны (в том числе кормоуборочные) считаются российскими, если в стране локализовано минимум 14 технологических операций (с 2016-го нужно было локализовать хотя бы 13), с 2020-го их число увеличивается до 15. По прицепной, навесной, а также прочей самоходной технике с этого года в стране необходимо проводить от семи технологических операций (с 2017-го было не менее шести), с 2020-го — минимум восемь. Постановление используется как для развития промышленной деятельности, так и для установления условий, запретов и ограничений допуска на рынок иностранных товаров, следует из документа.

По словам помощника президента ассоциации «Росспецмаш» Вячеслава Пронина, согласно критериям постановления, российскими сейчас считаются техника бренда Amazone, которую производит в Самаре «Евротехника», и несколько моделей сеялок John Deere, выпускаемых в Оренбурге. Кроме того, компания «Ростсельмаш» локализовала в России производство трактора канадского бренда Versatile. «А вот, например, Claas не в полной мере соответствует постановлению, но компания получает поддержку, поскольку заключила специальный инвестиционный контракт (СПИК) и взяла обязательства выйти на необходимый уровень локализации», — говорит Пронин. И хотя российские

ДОЛЯ ИМПОРТНЫХ  
КОМПЛЕКТУЮЩИХ  
ДОЛЖНА  
СНИЖАТЬСЯ

представительства есть у всех крупных иностранных брендов сельхозтехники, их предприятия он считает скорее дилерскими и сервисными центрами. По сути, это склады, где идет минимальная крупноузловая сборка, прикручивание колес, заправка технологических жидкостей, знает Пронин.

«Росагролизинг» рассчитывает уровень локализации на основе отношения таможенной стоимости импортируемых для выпуска техники компонентов к ее производственной себестоимости. По программе льготного федерального лизинга, в частности, можно приобрести машины и агрегаты Amazone (55 видов), Kverneland (35 видов), Claas (13 видов), «Брянсксельмаш» (совместное предприятие с белорусским «Гомсельмашем», девять видов комбайнов), Same Deutz-Fahr (одна модель трактора).

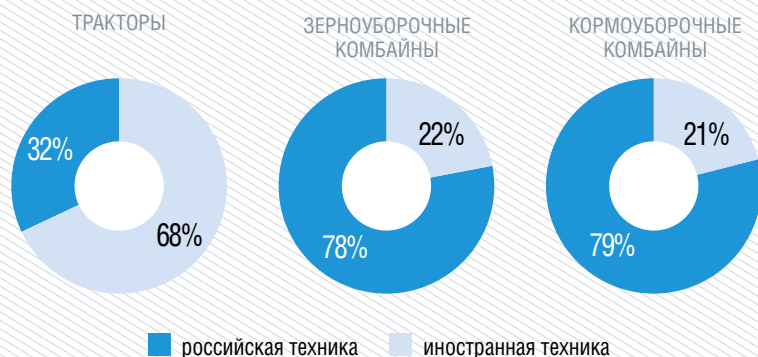
Организация нового производства в чужой стране, да еще такой, как Россия, где условия часто меняются и далеко не всегда в пользу предпринимателей, — это серьезный шаг, и многие потенциальные инвесторы долго присматриваются. Проектов было достаточно много, но лишь единицы пошли дальше создания складов и дилерских центров, из которых как раз удобнее наблюдать за рынком и оценивать условия — стоит ли инвестировать в производство, считает Пронин. Сейчас, по его оценке, средний уровень локализации у зарубежных игроков не превышает 20%, а если смотреть по доле российских компонентов в себестоимости, то 5–10%. «Видимо, те, кто пока не начал локализацию производства, еще не пришли к выводу, что это принесет им какую-то экономическую выгоду, — предполагает эксперт. — Но их интерес к российскому рынку понятен: он обладает гигантским потенциалом с точки зрения развития

### АГРАРИИ ПОКУПАЮТ МАЛО ТЕХНИКИ



## ПО ТРАКТОРАМ ПРЕОБЛАДАЕМ ИМПОРТ

Доли отечественных и зарубежных сельхозмашин



В 2017 году, в хозяйствах

ИСТОЧНИК: МИНСЕЛЬХОЗ

производства сельхозпродукции, роста и обновления парка сельхозтехники».

Российский рынок большой и с еще большим отложенным спросом, поэтому для иностранных предприятий он является интересным и стратегически важным, соглашается руководитель исследовательской компании «Текарт» Евгения Пармухина. Локализация производства позволяет обезопасить бизнес от непредвиденных обстоятельств и изменений, а также выпускать конкурентоспособную продукцию за счет сокращения издержек, доступа к субсидиям и льготам, лучшего понимания проблем и потребностей отрасли, перечисляет она. Официальный представитель Ассоциации производителей сельхозтехники VDMA Agricultural Machinery в России Михаил Мизин тоже считает, что один из главных мотивов локализации — получение статуса российского производителя, позволяющего пользоваться господдержкой. «Но есть и существенные экономические причины: снижение себестоимости производства, обеспечение более качественной и быстрой логистики, чтобы быть ближе к клиенту», — добавляет он. Господдержка важна по ряду причин, в том числе потому что ее получают отечественные компании, а после снижения курса рубля дорогая западная техника стала еще дороже, и субсидии делают ее доступнее для аграриев, уточняет руководитель центра компетенций в АПК КПКМГ в России и СНГ Виталий Шеремет.

Российский рынок всегда был перспективным благодаря лояльному отношению властей

СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ  
ЛОКАЛИЗАЦИИ —  
НЕ ВЫШЕ  
20%

## МЕТОДИКУ ОЦЕНКИ МОЖНО ИЗМЕНИТЬ

Михаил Мизин считает, что методика оценки уровня локализации, основанная на технологических операциях, не самая эффективная. Если опираться на мировой опыт, то более корректными могли бы быть стоимостные или количественные правила локализации, основанные на исчисляемых показателях в готовой машине. «У каждой компании есть свои технологические операции, которых может не быть у других, так что этот метод достаточно сложный и непрозрачный», — отмечает он.

к локализации производства, а также выгодным условиям, которые могут предоставить регионы за счет особых экономических зон, ТОРов и индустриальных парков, говорит руководитель проектов практики АПК компании «НЭО Центр» Екатерина Михалева. Возможность получения субсидий из регионального бюджета за счет открытия новых предприятий позволяет сокращать издержки и ускорять окупаемость инвестиций. «Выпускать технику там, где она будет применяться, гораздо выгоднее, чем поставлять ее из-за рубежа, выплачивая ввозные пошлины, — уверена эксперт. — Однако отдельные комплектующие по-прежнему приходится экспортировать, что делает машины и агрегаты дороже».

## Работать сложно, но нужно

Условия производства в России уступают условиям на Западе и Востоке, отмечает Пронин. Кредиты у нас дороже, налоги и тарифы на электроэнергию выше, равно как и уровень бюрократии, — все это делает работу в стране менее комфортной. На фоне сложившихся сейчас макроэкономических условий перенос производства в Россию становится невыгодным. «Даже те проекты, которые существуют, спровоцированы, например, девальвацией рубля, как в случае Versatile у „Ростсельмаша“. Также могут влиять ограничения доступа на наш рынок — таможенная пошлина или другие платежи. Или наоборот — выравнивание не очень благоприятных условий для производства мерами господдержки», — рассуждает он. В результате, когда накапливается критическая масса подобных факторов, компании оценивают возможность и необходимость организации полноценного производства в стране.

Большинство компаний — членов VDMA рассматривают варианты локализации производства в России, чтобы быть ближе к клиенту, сохранить свою долю на рынке, снизить цену, перечисляет Мизин. Правда, в последние года два их энтузиазм несколько упал: они видят, что происходит с регулированием отрасли, и понимают, что создание производства часто становится рискованным. «Например, Стратегия развития сельхозмашиностроения никак не рассматривает сотрудничество с иностранными брендами, поэтому они задаются вопросом: нужны ли наши инвестиции государству и хочет ли оно, чтобы мы открывали здесь производство? — говорит эксперт. — Это создает атмосферу неопределенности, поэтому многие компании сейчас менее уверены в перспективах локализации». При этом у них сохраняется достаточно высокий интерес к нашему рынку, поскольку западные бренды сельхозмашиностроения уже давно завоевали авторитет и стойкую приверженность среди российских аграриев. «Именно стабильный и высокий спрос на западные бренды лежит в основе локализации в России», — резюмирует он.

Процесс локализации производств активизировался в последние годы, в том числе на фоне усложнения экономической и политической ситуации. Поэтому Пармухина считает, что оценивать успешность проектов пока рано: прошло слишком мало времени. Однако, например, Шеремет выделяет проекты Amazone и Claas. Если первая начала локализацию производства в 1998 году, то проект Claas более поздний, выпуск техники в Краснодаре стартовал в 2003-м. Мизин перечисляет несколько успешных примеров локализации западных брендов в России, среди которых такие компании, как Claas, Amazone, Kverneland, Horsch, Same Deutz-Fahr и другие. «Этим компаниям удалось наладить эффективное сотрудничество с местными поставщиками и создать локализованные производства в России», — знает он.

У Kverneland главной целью локализации производства было стремление меньше зависеть от поставок из Европы, рассказывает гендиректор «Квернеланд Груп СНГ» и «Квернеланд Груп Манюфактеринг



AMAZONE

Липецк» Роберт Цизак. «Начав производство в России наиболее востребованных агрегатов, мы стали сами себе хозяевами: сами планируем, где, у кого, сколько и чего заказать, чтобы в срок исполнить заказ покупателя, — комментирует Цизак. — Это основное преимущество локального производства, также можно отметить отсутствие влияния курсовых колебаний на стоимость техники и возможность участия в различных программах субсидирования».

В этом году липецкому заводу компании исполняется 12 лет, сейчас он производит свыше 500 единиц техники в год. Более половины агрегатов, реализуемых на локальном рынке, имеет российский паспорт, несколько десятков модификаций машин входят в программу государственного лизинга, отмечает Цизак. В целом же нынешние мощности рассчитаны на выпуск продукции на €20 млн/год.

Совокупные инвестиции в российское производство топ-менеджер оценивает примерно в €17 млн.

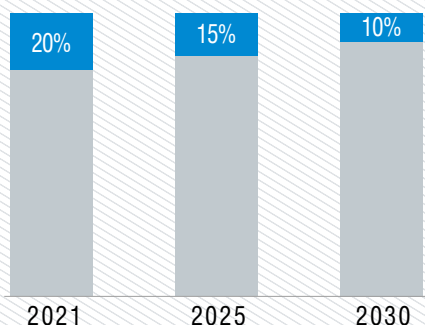
Цизак отмечает, что компания давно переросла этап «отверточного производства». «Сегодня на липецком заводе ведется не только сборка и монтаж сельхозоборудования, но и сварка, металлообработка, покраска», — уточняет он. В том числе предприятие использует российский металл (за исключением производства тех элементов, которые испытывают повышенную нагрузку при эксплуатации, для них сырье по-прежнему поставляется из Европы), гидравлику, крепления, трубы и многое другое, перечисляет Цизак. Степень локализации сильно варьируется, самая низкая — по пугам. «Локализовать их полностью невозможно из-за использования запатентованной стали: секрет сплава хранится в тайне на заводе концерна в городе Клеппе, технологически его невозможно повторить ни на каком другом заводе», — объясняет Цизак А, например, для разбрасывателей, производство которых запустили в начале этого года, используется отечественный листовый металлопрокат. Раскрой частей узлов и деталей, а также их механическая обработка выполняются российскими поставщиками. На самом заводе производят сварку, покраску и сборку несущей рамы и рамных конструкций, корпусов и бункеров, сборку и монтаж навесного устройства, рабочих органов, элементов экстерьера, электро- и гидрооборудования. По разбрасывателям уже удалось достигнуть уровня локализации в 47%, доволен руководитель. Последующие стадии подразумевают более глубокую локализацию на 3–7% в год, добавляет он.

CNH Industrial Russia в 2010 году создала совместное предприятие с КамАЗом по производству тракторов, комбайнов и экскаваторов марок New Holland и Case в Татарстане. В 2013-м КамАЗ вышел из проекта, и сейчас итальянский концерн является единственным владельцем завода в Набережных Челнах. «Без локализации у серьезного западного игрока нет будущего



CLAAS

## КАК ДОЛЖНА СНИЖАТЬСЯ ДОЛЯ ИМПОРТНЫХ КОМПОНЕНТОВ ТЕХНИКИ



■ доля иностранных компонентов

ИСТОЧНИК: СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ  
СЕЛЬХОЗМАШИНОСТРОЕНИЯ ДО 2030 ГОДА

в России. А поскольку мы намерены работать на рынке долго и, надеюсь, успешно, то считаем необходимым выполнять вполне закономерные и законные требования по производству техники внутри страны», — комментирует бизнес-директор по сельхозтехнике CNH Industrial Russia Михаил Абовьян.

Сейчас в Татарстане выпускается три модели тракторов и одна модель комбайна New Holland, а также одна модель трактора Case. Если считать уровень локализации по методике «Росагролизинга», то показатель составляет около 28–29%, если по операциям согласно постановлению №719, то на заводе осуществляется десять технологических этапов. «У нас есть резка из листового металла, покраска, полная сборка из разрозненных деталей, а не просто навеска колес или зеркал, тестирование, выходной контроль. Кроме того, мы локализовали производство кабин для тракторов», — делится Абовьян.

## БИЗНЕС-КЛИМАТ В СТРАНЕ НЕ ОЧЕНЬ КОМФОРТНЫЙ



AMAZONE

Инвестиции в проект он оценивает примерно в \$50 млн, дальнейшие вложения будут зависеть от темпов локализации, которую предприятие намерено увеличивать, чтобы получить статус российского производителя. В прошлом году сообщалось, что CNH Industrial и Минпромторг могут заключить специальный инвестиционный контракт, концерн подавал заявку, однако пока документ не подписан.

И для России, и на экспорт Компания Lemken планировала наладить полный цикл производства техники в России еще с 2010 года, когда открыла завод в Калужской области. Однако пока она не продвинулась дальше сборки агрегатов. «У нас есть проект локализации, который находится в стадии разработки, его планируется запустить в этом году, — говорит гендиректор «Лемкен-Рус» Александр Ладыгин. — Это будет полный цикл производства от сварки до покраски, в том числе предприятие начнет делать компоненты для нашего головного завода в Германии, чтобы удешевить выпуск техники и там». Объем инвестиций в проект и его плановую мощность компания не раскрывает. Первые агрегаты российского производства должны выйти на рынок в 2019 году. Технику предполагается поставлять не только покупателям внутри страны, но и на экспорт, в том числе в дальнее зарубежье. Если спрос в России будет падать, то продажи на внешние рынки перекроют это снижение, поясняет Ладыгин.

Самой важной причиной для локализации производства в России Ладыгин называет господдержку отечественных игроков. С иностранной техникой компания не попадает ни в одну из программ субсидирования, что делает ее неконкурентоспособной по цене, несмотря на то, что Lemken присутствует на российском рынке с 1996 года. «Сейчас многое изменилось — действуют санкции, идет конфронтация с Западом, наша компания не хочет в этом участвовать. Поскольку есть требования к локализации производства, то нам необходимо их выполнить, если мы хотим работать на этом рынке», — говорит он.

Кроме того, завод компании в Германии загружен более чем на 100% и ему сложно производить необходимое количество техники, чтобы закрыть существующий спрос, продолжает Ладыгин. Руководство приняло решение, что компания не будет расширяться в Европе, а начнет выпускать технику в России. Чтобы не дублировать производство, какая-то часть линейки будет производиться только в нашей стране, прежде всего речь идет о широкозахватных агрегатах.

Многие другие зарубежные компании тоже все больше задумываются об увеличении уровня локализации или создании производства в нашей стране. Так, например, Horsch Maschinen GmbH в прошлом году завершила строительство нового цеха по сборке сельхозтехники в липецкой ОЭЗ «Чаплыгинская», инвестировав в проект около 200 млн руб. Благодаря этому

«Хорш Русь» хотела увеличить долю локализации производства с 40% до 60%, сообщил «Абирег». Запланированный объем выпуска — 100 сельхозмашин в год. Ранее в 2017-м компания запустила на предприятии сварочный и покрасочный цеха, вложив 500 млн руб. Общий объем инвестиций в локализацию производства с 2010 года составил около €15 млн.

Kuhn Group в прошлом году купила 19 га земли в Воронежской области для создания своего производства. Проект обсуждался минимум семь лет и в 2012-м оценивался в €70 млн. Тогда его предполагалось реализовать в три очереди с постепенным ростом уровня локализации. Компания планировала выпускать навесную и прицепную технику для обработки почвы и посева, для кормозаготовки, для ухода за посевами, технику для животноводства и коммунального хозяйства. Детали нового проекта Kuhn пока не уточняет.

AGCO-RM (совместное предприятие AGCO и «Русских машин») рассматривала возможность заключения специнвестконтракта для производства тракторов классической компоновки второго класса на базе «Голицынского автобусного завода», сообщил в октябре прошлого года Минпромторг. В 2016-м бороны марки Challenger, которые AGCO-RM выпускает на этом предприятии, входили в программу 1432, так как по ним был достигнут необходимый уровень локализации.

Интерес к СПИК проявлял и концерн Deere & Co (бренд John Deere), компания вела переговоры с Минпромторгом в 2016 году. Сейчас у нее есть сборочное предприятие в подмосковном Домодедове (тракторы и комбайны) и производство в Оренбурге (сеялки). Некоторое оборудование было локализовано примерно на 60%, рассказывал ранее представитель компании, агрегаты были включены в программу 1432. Однако в прошлом году Минпромторг исключил компанию из списка получателей субсидий, поскольку она якобы не подтвердила права на конструкторскую и технологическую документацию в необходимом объеме. В январе 2018-го Арбитражный суд Москвы одобрил иск «Джон Дир Русь» к министерству и постановил признать незаконным заключение, лишающее компанию господдержки, писал «Коммерсантъ». Правда, в списке поставщиков, реализующих сельхозтехнику со скидкой в этом году, опубликованном на сайте Минсельхоза, «Джон Дир Русь» нет, равно как и «Клас». Последняя получала субсидии в 2017 году, следует из перечня компаний.

## ПРАВИЛА ГОСПОДДЕРЖКИ МОГУТ МЕНЯТЬСЯ



NEW HOLLAND

## Нестабильное регулирование и другие сложности

Иностранные производители сталкиваются с серьезными проблемами при локализации производств — в части персонала, надежности и качества поставок, в коммуникациях с местными администрациями, перечисляет Виталий Шерemet. «Все это приводит к тому, что локализация откладывается до максимально возможных сроков и начинается с наиболее простых элементов», — комментирует он.

«В 2016 году мы проводили опрос компаний — членов нашей ассоциации и оценивали причины, которые мешают им локализовать производство. На первом месте — нестабильное регулирование отрасли, — говорит Михаил Мизин. — Речь идет о том, что на момент, когда компания принимает инвестиционное решение о создании производства в стране, могут действовать одни правила и условия локализации, а через полгода они могут поменяться — корректируются какие-то требования по локализации тех или иных узлов и компонентов или условия получения господдержки — и это сводит на нет все усилия».

Компания Väderstad в прошлом году закрыла проект по локализации, который начала в 2010 году, в том числе из-за постоянного изменения правил господдержки и их непрозрачности. Также сказались высокая стоимость проекта. «Необходимые инвестиции для локализации производства в России с соблюдением стандартов качества, принятых на материнском заводе в Швеции, к сожалению, настолько высоки, что при текущем размере рынка окупить их в обозримом будущем не получится», — признает гендиректор «Вадерштад» в России Евгений Жилкин. Так что компания сосредоточилась на развитии дилерской сети и улучшении сервиса по обслуживанию и обеспечению запасными частями.

Топ-менеджер не исключает, что Väderstad вернется к производству техники в России, если спрос на технику в странах Таможенного союзакратно увеличится. Но на это, по мнению Жилкина, надеяться

## СПЕЦИАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОНТРАКТ —

это соглашение между инвестором и государством, в котором фиксируются обязательства инициатора проекта по освоению производства промышленной продукции в предусмотренный срок, а также обязательства России и (или) ее субъекта гарантировать стабильность налоговых и регуляторных условий и предоставления мер поддержки.



KVERNELAND

не приходится. «Сейчас спрос стабилизировался и будет расти незначительно, обеспечивая постоянное обновление парка машин», — полагает он.

«Кроне Русь» занималась вопросами локализации производства с 2008 года. В 2016-м гендиректор компании Михаил Коропалов говорил «Агроинвестору», что рассматриваются все возможные варианты для выпуска кормоуборочной техники в нашей стране. Однако падение спроса и нехватка финансирования отодвигали реализацию этих планов. Сейчас компания и вовсе отказалась от них из-за политики материнского завода Krone. Основная причина — при локализации производства в других странах возникают потери в качестве продукции, поясняет представитель компании. Ключевым вопросом локализации производства и снижения стоимости конечной продукции является выпуск комплектующих высокого качества, а в России с этим есть проблемы.

Достаточно слабо развитая компонентная база — вторая причина, мешающая компаниям повышать уровень локализации, подтверждает Мизин. Такие элементы, как колеса, шины, ремни, бункеры, несущие элементы кузова, освещения и т. п., уже сегодня можно закупать у локальных поставщиков. Но по таким компонентам, как двигатели, электроника или программное обеспечение, сейчас не самая лучшая ситуация для тех компаний, которые рассматривают локализацию в России. «Делаются попытки наладить производство компонентов внутри страны, но пока

они недостаточные», — считает он.

«Сложно представить себе прежде всего локализацию электронных компонентов и компонентов электрики, — подтверждает Жилкин. — В этой сфере в России, к сожалению, зачастую отсутствует адекватное собственное производство». Современная сельхозмашина — это высокотехнологичный продукт, в котором применяются разработки и компоненты многих производителей, в том числе мировых технологических гигантов: в частности, Väderstad использует Apple iPad для управления сеялками, добавляет он.

Ладыгин напоминает, что требований по локализации электроники сейчас и нет: очевидно, правительство понимает, что по ее производству Россия пока не дотягивает до мирового уровня. При этом в стране уже есть достаточно предприятий, которые могут выпускать те или иные компоненты, делать сварку сложных узлов, литье. Многие поставщики за последние годы перестроились, улучшили качество продукции, и теперь она сопоставима с западными аналогами, причем дешевле, поскольку не нужно проходить таможенную очистку, да и труд в России стоит меньше, обращает внимание он.

«Лемкен Рус» сложнее всего будет локализовать покраску, предполагает Ладыгин. «У нас особая технология катодной покраски, для нее требуется дорогое оборудование: инвестиции в покрасочный комплекс в Германии превысили €30 млн, — знает

он. — Повторить этот проект в России будет сложно, но это необходимо, поскольку продукция должна соответствовать стандартам компании независимо от того, на каком заводе она выпускается». Немаловажна и административная составляющая для преодоления бюрократических барьеров, добавляет руководитель. Для успешной реализации проекта нужна отдельная экспертная группа, которая будет заниматься документацией: это очень трудоемкий процесс, сложно оформить даже участок земли под строительство, не говоря уже о получении разрешения на него.

Михаил Абовьян говорит, что CNH Industrial Russia пока сложнее всего было локализовать производство кабины для тракторов. Но в целом, если серьезно подходить к делу, никаких особых препон быть не должно, добавляет он. У «Квернеланд Групп СНГ» не было каких-то особых сложностей с локализацией, комментирует Роберт Цизак. «Хотя, конечно, организация любой производственной деятельности — это серьезный труд большой команды и существенные инвестиции. Самое простое в подобных проектах — это купить и запустить оборудование, куда сложнее найти квалифицированные кадры. Нам с этим повезло», — добавляет он.

## Выгоды локализации для России

Основной плюс локализации — снижение затрат на закупку техники, считает Екатерина Михалева. Чем больше процент локализации комплектующих в России или странах ЕАЭС, тем ниже будет конечная цена для аграриев. С другой стороны, слишком высокий уровень локализации может обернуться значительным усилением конкуренции на рынке техники и борьбой за клиента, что может вылиться в ценовой демпинг, а также привести к падению качества машин и агрегатов, рассуждает она.

Процесс локализации производства положительно влияет на развитие сельского хозяйства, поскольку делает современную технику более доступной, расширяет выбор, позволяет запустить процессы модернизации, перечисляет Евгения Пармухина. Для отечественных производителей локализация производства до определенного уровня не представляет угрозы, поскольку емкость рынка довольно велика, конкурировать приходится в разных сегментах и регионах, и иностранные производители пока наращивают свое присутствие там, где традиционно были сильны. «Возможно, когда уровень локализации производства значительно увеличится, а российские компании расширят свой ассортимент и внедрят новые технологии, цены в большей степени сравняются, — предполагает эксперт. — Когда потребление перейдет в более стабильную фазу и не будет субсидий, то можно будет говорить о реальном ужесточении конкуренции».

Кроме удешевления производства, Виталий

Шеремет относит к достоинствам локализации увеличение парка техники, сокращение сроков и стоимости ее ремонтов, трансферт технологий, создание рабочих мест и обучение персонала, а также налоговые отчисления. Даже производство не самых современных моделей приносит значительную выгоду российской экономике, делает вывод он.

С точки зрения покупателя чем больше конкуренция на рынке, тем лучше и выгоднее, поскольку есть выбор, уверен Пронин. Поэтому, несмотря на все сложности, локализация, безусловно, нужна, хотя и не во всех сегментах. Например, по некоторым видам техники — комбайнам, отдельным моделям опрыскивателей, почвообрабатывающим агрегатам — производство уже достаточно развито. С учетом того, что объем рынка ограничен, приход зарубежного игрока с проектом локализации может привести к тому, что упадет загрузка и у российского предприятия, и у него самого, что не позволит проекту выйти на окупаемость.

Приход в Россию новых зарубежных игроков и повышение уровня локализации у тех, кто уже работает в стране, в первую очередь будет зависеть от макроэкономической ситуации: какими будут денежно-кредитная и налоговая политика, тарифы естественных монополий и т. д., полагает Пронин. «Когда бизнес-среда придет в позитивное состояние, многие предприятия захотят создать полноценные производства, потому что наш рынок обладает огромным потенциалом, к тому же Россия географически очень удобно расположена с точки зрения выхода на экспорт», — говорит он. Также на планы будет влиять господдержка отечественных компаний и защита рынка от иностранной продукции: чем жестче будут ограничения по прямому доступу импортной техники, тем более оправданной станет локализация, добавляет эксперт.

Расширенная версия — на [agroinvestor.ru](http://agroinvestor.ru)

ПОКУПАТЕЛЯМ  
ВЫГОДНА  
КОНКУРЕНЦИЯ  
НА РЫНКЕ

