
РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 339.133.017.629

Л.Р. Алимова

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ СПРОСА НА РОССИЙСКОМ АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ В 2016 ГОДУ

***Аннотация.** В статье приведены статистические данные по итогам продаж легковых автомобилей в 2016 г., перечислены факторы стимулирования спроса на автомобильном рынке в кризисный период. Кратко изложены принципы работы льготных программ от государства и импортеров, указано их влияние на общую динамику продаж, предопределены новые госпрограммы стимулирования авторынка. Отдельно выделена тенденция продаж на вторичном рынке легковых автомобилей и ее перспектива развития в России, выявлены новые особенности поведения покупателей автомобилей, которые следует учитывать дилерам в современных рыночных условиях.*

***Ключевые слова:** автомобильный рынок, спрос, легковые автомобили, официальный дилер, автопроизводитель.*

Liliya Alimova

THE MAIN TRENDS IN DEMAND FOR RUSSIAN AUTOMOTIVE MARKET IN 2016

***Annotation.** The article presents the statistics results of sales cars in 2016, lists the factors to stimulate demand in the automobile market during the crisis period. Summarized the principles of benefit programs from the government and automaker, given their impact on the overall dynamics of sales, pre-defined government program to stimulate new car market. Separately allocated sales trend in the secondary car market and its development prospects in Russia, revealed new features of the behavior of car buyers, dealers to consider in today's market conditions.*

***Keywords:** automobile market, car market, demand, passenger cars, authorized dealer, the automaker.*

Снижение покупательского спроса является ответной реакцией на негативные факторы в мировой и национальной экономике. Покупательская способность населения предсказуемо снижается на фоне проблем, связанных с сокращением рабочих мест на предприятиях, задержками заработной платы, сложностями с получением и возвратом потребительских кредитов. Автомобили не относятся к продукции первой необходимости, поэтому на них конечный потребитель начинает экономить, следствием этого является снижение продаж товаров, продаваемых автодилерами. По итогам 2016 г. продажи новых легковых и коммерческих автомобилей в России сократились на 11 %, до 1,4 млн штук. В итоге рынок показал снижение четвертый год подряд: в 2013 г. продажи сократились на 5 %, в 2014 г. – на 10,3 %, в 2015 г. – на 35,7 % [4].

Цены на новые автомобили выросли с сентября 2014 по июнь 2016 г. на 38 %. Основная причина – рост курсов доллара и евро по отношению к рублю, свое влияние также оказывают инфляция и рост себестоимости производства [1]. Однако сильный рост стоимости производства в условиях продолжающейся девальвации рубля сдерживается путем локализации автокомпонентов. Выпускаемые в России автомобили иностранных марок почти наполовину состоят из деталей отечественного

производства. В условиях падения рубля закупка комплектующих в национальной валюте позволяет сдерживать рост цен и сохранять маржинальность. Однако серьезной проблемой для сборщиков иномарок остается низкое качество продукции российских поставщиков. Поэтому на дальнейшие планы по локализации производства иномарок будут влиять ожидания по динамике автомобильного рынка в России. Если в среднесрочной перспективе авторынок продолжит сокращаться, многие производители могут пересмотреть свои планы (в том числе с точки зрения объемов производства и сроков локализации автокомпонентов) или вообще отказаться от дальнейшей локализации производства [7].

Отдельно стоит отметить спрос на автомобили премиум-класса. В автомобильном рынке премиальный сегмент показал менее отрицательную динамику – 7,2 % (против массового сегмента – 12,2 %). Данная тенденция связана с тем, что доходы более обеспеченных людей остались на прежнем уровне, в то время как средний класс продолжает акцентировать свое внимание на более дешевых автомобилях российского производства. Например, известная автомобильная марка Jaguar по итогам 2016 г. показала рост на 113,3 %, в то время, как продажи самого популярного отечественного бренда УАЗ показал рост лишь на 0,5 % за аналогичный период. Положительную тенденцию показали такие премиальные марки, как Lexus (+19,2 %), Alfa Romeo (+127,3 %) [9].

Спрос на легковые автомобили поддерживается благодаря программам от государства и автопроизводителей: государственное субсидирование автокредитов, программа утилизации, компенсация импортеров при сдаче старого автомобиля в зачет нового (трейд-ин) и выпуск новых бюджетных моделей. Например, рост доли автомобилей, покупаемых в кредит, вырос на 50 %. Это вполне объяснимо, так как условия кредитования выглядят достаточно впечатляюще – ставка по кредиту на 3 года с первоначальным взносом от 30 % составляет всего 7 % годовых на автомобили стоимостью до 1 150 млн руб. Общий объем предоставленных государством скидок на 2016 г. по всем программам стимулирования спроса на автомобили равен 16,3 млрд руб. Однако стало известно, что Минпромторг решил продлевать существующие программы субсидирования автокредитов только до первого квартала 2017 г., заменить эти «уже исчерпавшие свой потенциал роста» программы на новые. Среди них такие программы, как «первый автомобиль», «автомобиль для села», программа для сотрудников, для многодетных семей и т.д. Также стало известно, что планируется поднять верхнюю планку до 1 450 млн руб. Соответствующее изменение предусмотрено в проекте постановления правительства. Окончательное решение должно быть принято по итогам продаж за I квартал. Цена вопроса в сумме составляет 60 млрд руб. [3]. Переоценить значение уже реализованных программ госстимулирования невозможно. С их помощью в 2016 г. был продан фактически каждый второй автомобиль, и это спасло рынок, отечественный автопром и дилеров. Подобные условия стимулирования автомобильного рынка были введены также после кризиса 2008 г. Программа предлагала сдать свой автомобиль в утиль и получить субсидию от государства на покупку нового автомобиля в размере от 30–100 тыс. руб. В 2017 г. государство продлило проект утилизации транспортных средств, однако размер субсидии сократился до 50 тыс. руб. и распространяется только в отношении утилизируемых автомобилей отечественного производства и новых автомобилей, сборка которых происходит на территории Российской Федерации.

Компания «Хендэ Мотор СНГ» (НМС) также участвует в программе утилизации и специально разработала программу трейд-ина для своих клиентов, в рамках которой модель можно приобрести с выгодой 40 тыс. и 50 тыс. руб. соответственно. По-прежнему в рамках программы Drive Hyundai действуют специальные условия на покупку моделей Elantra, i40, Equus. На определенные модели распространяется выгода до 150 тыс. руб., которая может суммироваться с выгодой от программы утилизации и трейд-ина в 50 тыс. руб. Кроме этого, учитывая режим тяжелой экономической ситуации и строгой экономии потребителей, компания НМС выпустила новый кроссовер – Creta, новинку в своем сегменте. Цены на данный автомобиль не должны были достигать 800 тыс. руб. за

штуку, однако на деле менее 1,1 млн руб. автомобили не продаются из-за своего ограниченного выпуска и высокого спроса на них [9].

Если говорить о продажах легковых автомобилей с пробегом, то данный рынок превосходит рынок новых автомобилей более чем в 4 раза. Рынок легковых автомобилей с пробегом в России вырос в 2016 г. на 6 %, до 5,19 млн единиц, реабилитировавшись после тяжелого 2015 г., когда падение спроса составило 20 % [5]. Количество перерегистраций превысило 240 тыс. сделок. Отношение перерегистраций автомобилей с пробегом к регистрациям новых автомобилей в первом полугодии находится на уровне 5,4 автомобиля с пробегом на один новый. Основное число сделок на данном рынке совершается по схеме С2С без участия посредника, но, несмотря на это, дилеры видят здесь серьезный потенциал для дальнейшего развития [8]. По данным ООО «Фольксваген Груп Рус» доля дилерского сегмента составляет около 20 %. Это означает, что, как минимум, каждый пятый автомобиль с пробегом, проданный в 2016 г., был целевым для дилеров и имел все основания быть проданным через дилерский центр [1]. Это связано с тем, что цены на автомобили с пробегом в среднем увеличились только на 20 % (против 38 % по новым автомобилям). Традиционно лидируют российские и корейские модели. Люди, купившие такой автомобиль год-два назад, выгодно для себя продают его сейчас, по той же цене. В премиум-сегменте, напротив, например, иномарка, выставленная за 2,5 млн руб., может подешеветь за месяц на 300–500 тыс. руб.

Основной тенденцией 2016 г., пожалуй, можно назвать то, что участники рынка – и покупатели, и автодилеры – научились существовать в новых реалиях. Первые адаптировались к валютным коридорам, вторые – к новым правилам ведения бизнеса или вовсе покинули дистанцию. Многие дилеры по-прежнему имеют большие кредитные портфели, которые практически невозможно было обслуживать в текущей рыночной ситуации. По данным аналитического агентства «Автостат», количество официальных дилерских центров заметно уменьшилось за 2016 г. на 7 %. В общей сложности насчитывается 3500 официальных дилеров легковых автомобилей. Учитывая тот факт, что в январе 2016 г. их количество составляло 3760 единиц [6]. Но, несмотря на все, сегодня подход в продажах основан не на краткосрочном получении прибыли или на конкретном закрытии той или иной сделки, а на предоставлении индивидуального подхода к покупателям. Подтверждением является тот факт, что дилеры сейчас практически не зарабатывают на продаже автомобилей, делая ставку на выстраивание долгосрочных отношений, предоставление дополнительных услуг и дальнейшее обслуживание и сопровождение клиента. Еще одним явным трендом является изменение покупательского поведения – несколько лет назад число посещений дилерских салонов перед покупкой было существенно выше. Сегодня клиенты не хотят быть привязаны к месту или времени. Поиск, сравнение, выбор – все это осуществляется с помощью современных гаджетов и интернета, без посещения автосалонов. Автодилеры научились принимать во внимание складывающуюся тенденцию и выстраивать бизнес, отталкиваясь от этих изменений. Экономия времени клиента – основное направление развития автодилеров. Здесь и онлайн-продажи, и оформление кредитов, и сервисные интернет-порталы. Ключевой момент – рынок меняется, он становится более цивилизованным для клиента, в том числе и для покупателей автомобилей с пробегом. Создаются консолидированные базы по истории машин, которые помогут купить «чистый» экземпляр. Максимальное упрощение и прозрачность взаимодействия с клиентами – это именно тот путь, по которому сегодня развивается рынок новых автомобилей и автомобилей с пробегом [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что государственное воздействие на спрос в автомобильном рынке происходит непрямым образом, а через коммерческие силы банковских структур, последствия кризиса на которых сказались сильнее всего. По прогнозам аналитиков компании Ernst&Young, к 2020 г. ожидается, что потребительский спрос выйдет на «устойчивый» рост, в частности, за счет сохранения планов большинства иностранных автоконцернов по развитию в России, а

также при сохранении господдержки [2]. Однако хочется обратить внимание, что само по себе гос-субсидирование спроса не устраняет фундаментальных недостатков отрасли, связанных с избытком мощностей, низкой локализацией, разницей в качестве между импортом и локальными комплектующими. Поэтому на сегодняшний день можно выделить следующие факторы, которые поддерживают спрос на автомобильном рынке в России: программа льготного автокредитования, льготный лизинг, программа утилизации, программа компенсаций от производителя (трейд-ин), гарантия дилера на автомобили с пробегом.

Библиографический список

1. Измалков, А. А. Автомобили с пробегом: дилерский сегмент / А. А. Измалков // Рынок автомобилей с пробегом. – 2016. – № 1. – С. 7–8.
2. Казарновский, П. Эксперты предсказали рост авторынка до 2,2 млн машин в год к 2020 году [Электронный ресурс] / П. Казарновский. – Режим доступа : <https://www.rbk.ru/business/05899283d9a79/> / (дата обращения : 07.02.2017).
3. Климнов, А. АЕБ – рынок в ноябре «пошел на взлет» после 2 лет депрессии [Электронный ресурс] / А. Климнов. – Режим доступа : <http://avtostat-info.com/Article/251> (дата обращения : 13.12.2016).
4. Ломакин, Д. Авторынок оттаял по весне [Электронный ресурс] / Д. Ломакин. – Режим доступа : https://www.gazeta.ru/auto/2016/05/11_a_8226197.shtml (дата обращения : 29.01.2017).
5. Ломакин, Д. Машины пустили по рукам [Электронный ресурс] / Д. Ломакин. – Режим доступа : https://www.gazeta.ru/auto/2017/01/16_a_10477391.shtml (дата обращения : 03.02.2017).
6. Полухин, А. Эксперты рассказали о главных изменениях на авторынке [Электронный ресурс] / А. Полухин. – Режим доступа : <https://rg.ru/2017/01/09/eksperty-rasskazali-o-glavnyh-izmeneniiah-na-avtorynke.html> (дата обращения : 06.02.2017).
7. Степанов, А. А. Проблемы развития российской промышленности автокомпонентов / А. А. Степанов, Е. В. Купцова, А. Е. Кондратьев // Вестник Транспорта. – 2012. – № 2. – С. 49–57.
8. Степанов, А. А. Развитие автомобильного бизнеса в России / А. А. Степанов, Е. В. Купцова, А. Е. Кондратьев [и др.] // Вестник Транспорта. – 2015. – № 1. – С. 13–17.
9. Тимерханов, А. Динамика авторынка России в 2016 году [Электронный ресурс] / А. Тимерханов. – Режим доступа : <https://www.autostat.ru/infographics/28654/> (дата обращения : 03.02.2017).