

авто

Тюнинг на замену

Владельцы дорогих иномарок не спешат менять машины, но тратятся на их обновление

смежные отрасли

Рынок тюнинга, который еще не успел сформироваться в России, из-за кризиса претерпел структурные изменения. Сфера практически полностью потеряла владельцев недорогих авто, которые на тюнинг тратили мало, но составляли половину клиентов большинства компаний. Ориентированные на них фирмы, не проявившие гибкость, ушли с рынка. Но многопрофильным тюнинг-ателье, рассчитанным на богатых клиентов, кризис, напротив, помог. Владельцы дорогих иномарок, экономя на замене автомобилей, обновляют с помощью тюнинга старые машины. Впрочем, некоторые эксперты считают, что на пути развития тюнинга появятся и более серьезные препятствия, чем кризис.

Ситуация на рынке тюнинг-услуг в период кризиса характеризуется резким снижением спроса среди представителей среднего класса, говорят участники рынка. «Раньше около 60 процентов клиентов нашей компании составляли владельцы машин стоимостью до 600 тысяч рублей», — сообщил Эдуард Расказов, генеральный директор интернет-магазина

Tuning Speed. Значительное снижение обращений со стороны владельцев бюджетных авто отмечают и в компании «А1 Авто». У таких клиентов не стало лишних денег, поэтому тюнинг ими сейчас не востребован, отмечают эксперты. Это привело к тому, что с рынка ушли многие небольшие компании, которые предоставляли узкий набор недорогих (в пределах 5–10 тыс. рублей) тюнинг-услуг, связанных прежде всего с простейшим дизайном интерьера и экстерьера машин. Но некоторым таким фирмам выжить помогла гибкость. Так, компания Car's Interior, специализирующаяся на переделке автомобильных салонов, занялась также пошивом чехлов для маршруток и такси.

Зато почти не сократилось число клиентов с дорогими автомобилями, говорит специалист «А1 Авто» Антон Шишкин. Стало меньше бизнесменов, но чиновники продолжают приезжать, поясняет Станислав Ниллов из Car's Interior. Кризис также не влияет на автоспортсменов, владеющих преимущественно японскими автомобилями. «Среди них спрос остается стабильным»,

— сообщила Рина Карицкая, руководитель отдела рекламы компании «АвтоСпортТюнинг».

Впрочем, в некоторых фирмах отмечают, что на смену владельцам недорогих автомобилей приходит собственники подержанного (в возрасте до трех лет) премиум-класса ценой от 700 тыс. рублей до 1,5 млн рублей. «Наступило время рационального расходования средств: вложив 100–150 тыс. рублей в доработку своего авто, люди сейчас рассчитывают поездить на нем еще два-три года», — говорит Олег Паничевский, генеральный директор компании Fantuning. — Если раньше мы делали проекты для пяти клиентов со средним бюджетом 20 тыс. рублей, то сейчас у нас может быть два клиента с бюджетом до 100 тыс. рублей».

Однако кризис отступает, и к весне в тюнинг-ателье ждут оживления интереса со стороны прежней «бюджетной» массы клиентов, которые при наличии свободных денег захотят обновить свой авто с помощью стайлинга, хотя прежде большей популярностью пользовались более дорогие аэродинамические обвесы. «Установка ряда декоративных

элементов для улучшения внешности автомобиля — наиболее популярный сейчас вид тюнинга на рынке», — говорит Эдуард Расказов. Весной активизируются и автоспортсмены, добавляет Рина Карицкая. В связи с принятием закона, который позволяет регионам существенно поднимать транспортный налог, в «А1 Авто» фиксируют также увеличение спроса на чип-тюнинг, который позволяет сделать автомобиль мощнее, не увеличивая при этом дороговязные лошадиные силы.

При этом не в каждой компании ждут возвращения владельцев недорогих машин. По мнению этих специалистов, такие клиенты не принесут большой прибыли и торгуются по всем позициям, а если их машина куплена в кредит и есть риск потерять после тюнинга гарантию, то проблем еще больше.

Но кризис — не единственный фактор, который может существенно повлиять на бизнес в сфере тюнинга в дальнейшем. Так, по мнению господина Расказова, автопроизводители сейчас создают все более совершенные автомобили и с точки зрения дизайна,

и по наличию всевозможных технических новинок. И придумывать для таких машин какие-то доработки, по его мнению, все сложнее. Впрочем, оппоненты господина Расказова считают, что клиенты, владеющие даже недорогими машинами, желающие привнести в них элементы эксклюзивности, будут существовать всегда. Главное придумать, что им предложить.

Кроме того, не освоеными тюнинг-компаниями остаются и российские регионы, где интерес к их услугам начал появляться недавно. В Москве и Петербурге работать уже сложно, клиенты в этих городах пресытились, говорят участники рынка. Но тюнинг — это бизнес, который строится, прежде всего, на владельцах подержанных машин, которых в регионах значительно больше, чем в столицах. Регионы имеют большие перспективы для тюнинг-компаний. Если в крупных городах поклонники тюнинга зачастую не знают, чего хотят, потому что многое уже попробовали, то в регионах хотя бы чего угодно, потому что тюнинг там только появляется.

ЕКАТЕРИНА БРЫНДИНА

Уходящий страх

способствует новому переделу страхового рынка

автострахование

Участники рынка констатируют, что рынок страхования легкового транспорта стабилизировался, а ряд из них даже отмечают небольшой рост показателей, который произошел за счет ухода с рынка конкурентов. Пытаясь обернуть тенденцию передела рынка в свою пользу, многие компании стремятся всеми силами быстро нарастить свой портфель, реализуя новые маркетинговые программы и используя демпинг.

То, что падение автомобильного рынка утнет за собой всех кого можно, было понятно с самого начала. По данным Российского союза автостраховщиков (РСА), за текущий год 18 крупных страховых компаний прекратили свое существование. У большинства из них просто закончились деньги, и они были вынуждены объявить себя банкротами.

Объем рынка в денежном выражении упал тоже, однако страхование транспортных средств показало результаты лучше, чем многие другие сегменты. По данным «Эксперт РА», в России по итогам первого полугодия 2009 года падение рынка страхования автоско составило 16% — 68,2 млрд руб. против 81,5 млрд руб. в 2008 году. При этом, по сравнению с тем же периодом 2009 года, в первом полугодии 2007 года рынок даже вырос на 20%. Сейчас страховщики говорят о том, что начинают чувствовать положительные тенденции. «Ситуация за последние месяцы стабильна, хотя в целом по сравнению с прошлым годом сборы по автоско несколько снизились — чувствуется влияние кризиса», — говорит Павел Муретов, руководитель Северо-Западного дивизиона компании «Ренессанс Страхование».

Жизнь за счет ОСАГО

Если говорить о рынке Петербурга, то его участники отмечают, что в целом обязательное ОСАГО сохранило свои позиции, а негативная динамика наблюдалась только в секторе КАСКО, на котором крайне негативно сказалось падение продаж новых кредитных автомобилей. В то же время продажи подержанных авто продолжали идти почти прежними темпами. Например, по словам Олега Волошина, заместителя директора Санкт-Петербургского филиала ОАО «МСК», показатели сборов его компании по ОСАГО за 9 месяцев 2009 года даже существенно увеличились — на 19%.

Однако если рассматривать результаты работ каждого страховщика в отдельности по итогам 9 месяцев, можно увидеть, что показатели сильно разнятся. Как отмечает Андрей Александров, директор филиала ОСАГО «Ингосстрах» в Петербурге, ряд небольших региональных компаний, а также страховщики, сделавшие ставку на обязательные виды, получили в итоге убытки по ОСАГО ввиду увеличившегося объема выплат. Сборы страховщиков Северо-

Запада за 8 месяцев 2009 года упали на 10,4% — до 29,3 млрд рублей. При этом выплаты увеличились на 30,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 18 млрд рублей (сказались рост стоимости нормо-часа и подорожание запчастей, закупаемых за валюту). Такие изменения стали особенно критичны для тех компаний, чей портфель состоял из КАСКО и ОСАГО на 80–90%. «В то же время крупные игроки, имеющие стабильные позиции на рынке и высокую диверсификацию бизнеса, смогли обеспечить рост не только по ОСАГО, но и по добровольному КАСКО», — продолжает господин Александров. — В частности, в третьем квартале прирост филиала ОСАГО «Ингосстрах» в Петербурге в секторе КАСКО достиг 23 процентов — по отношению к третьему кварталу 2008 года. Это стало возможным благодаря дополнительному притоку новых клиентов».

Другие участники рынка также говорят, что рынок возобновил рост, причем для многих он стал особенно заметен, благодаря уходу с рынка ряда конкурентов. Кроме того, начался активный передел рынка — например, недовольные низкими выплатами клиенты меняют компании, что для других также дает дополнительные возможности для роста. По мнению экспертов, эта тенденция продолжится и в 2010 году.

«У нас объемы страхования по автотранспорту, безусловно, увеличились», — говорит Алина Кунакова, заместитель директора филиала «РЕСО-Гарантия» в Петербурге. — Но это произошло не из-за роста страхового рынка, а из-за перехода к нам на страхование клиентов из других страховых компаний. Отчасти это произошло в результате демпинговой политики других страховых компаний годом раньше (у клиентов возникли сложности с выплатами), а отчасти в связи с переходом продавцов из других страховых компаний и их переводом в «РЕСО-Гарантию» своей клиентской базы».

Демпинг и прочие радости

Демпинг действительно стал популярным способом быстро нарастить портфель. Однако подходит он не для всех, особенно, это касается так называемых страховых брокеров — то есть посредников, как правило, не имеющих достаточной «подушки безопасности», а, соответственно, и

возможностей демпинговать. Именно они начали уходить с рынка первыми. Тем не менее новые продукты и предложения страховщики начали выводить на рынок более активно. «Несмотря на кризис, рынок страхования не стоит на месте, он развивается, появляются новые возможности для страховщиков и клиентов», — говорит Андрей Александров.

Как правило, страховщики сегодня предлагают скидки водителям с большим опытом, не участвовавшим в ДТП. «У нас, например, сейчас действует новая программа Old, которая рассчитана на аккуратных водителей, еще не являющихся ее клиентами, но желающих приобрести страховку в МСК», — рассказывает Олег Волошин. — При покупке полиса КАСКО водители, которые не являлись участниками ДТП за прошедший год, платят на 35 процентов меньше».

Кроме того, участники рынка стали активнее предлагать воспользоваться пакетами с франшизой. Например, в ассортименте «Ингосстраха» действует программа «Автопрофи», рассчитанная также на опытных водителей. Павел Муретов говорит, что в «Ренессанс Страхование» основных новинок три: выбор опций в продукте КАСКО, персональная франшиза и страхование только от угона и уничтожения. «Наш продукт автоско, разработанный с учетом спроса на бюджетные программы страхования, позволяет варьировать сервисные опции, входящие в пакет», — рассказывает он. — Введен новый вариант франшизы — персональная, для конкретного водителя. А страхование только от угона и уничтожения позволяет сэкономить до 70 процентов стоимости полиса».

Другое направление — разработка новых программ для владельцев дорогих автомобилей. К примеру, в МСК действует новый VIP-сервис (при стоимости застрахованного автомобиля более 1,5 млн руб.). Помимо общих условий, он, например, предполагает возмещение ущерба в размере до 30 тыс. руб. без справок из ГИБДД (один раз за весь период страхования). По словам Андрея Александрова, директора филиала ОСАГО «Ингосстрах» в Санкт-Петербурге, в его компании запущена похожая программа «Платинум» — для владельцев автомобилей стоимостью свыше 2 млн руб. и сроком эксплуатации не более пяти лет

МАРГАРИТА АРАНОВСКАЯ

Лизинг катится налегке

Его объемы по итогам года сократятся минимум в три раза

ЛИЗИНГ

Рынок лизинга транспортных средств, по прогнозам, в этом году, по сравнению с прошлым, снизится в несколько раз. При этом у многих компаний выросла доля лизинговых сделок с легковым транспортом — этот сегмент оказался наиболее универсальным и высоколиквидным видом имущества. Поэтому игроки рынка намерены и дальше наращивать свой портфель за счет таких сделок, активизируя в этом направлении маркетинговую активность.

Лизинговые компании можно смело отнести к наиболее пострадавшим от кризиса — даже по самым оптимистичным прогнозам экспертов, объем нового бизнеса по итогам 2009 года сократится в России как минимум в три раза по сравнению с 2008 годом. По данным «Эксперт РА», по итогам первой половины 2009 года, сумма новых сделок на рынке составила 90,1 млрд руб. по сравнению с 430 млрд руб. за аналогичный период 2008 года, то есть сократилась почти в пять раз. Фактически рынок отбросило на несколько лет назад — такой объем нового бизнеса примерно соответствует результатам работы рынка в первом полугодии 2005 года. При этом 20 из 37 сегментов лизингового оборудования в первой половине 2009 года показали сокращение объема сегмента на 80% и более. Всего 4 сегмента сохранили положительные темпы прироста — медицинская техника, оборудование для добычи полезных ископаемых (кроме нефти и

газа), оборудование для производства бумаги и картона, а также оборудование для развлекательных мероприятий.

Падение оборотов

Неудивительно, что портфель сделок у большинства игроков рынка, даже переживших пик кризиса, сократился в разы. С началом изменения экономической ситуации многие игроки рынка были вынуждены приостановить ряд своих программ, например, больше всего это коснулось финансирования малых и средних предприятий. Однако они все же надеются на то, что лизинговый рынок начнет расти прежними темпами при условии восстановления деловой активности и разномативания инвестиционных проектов. Свою роль здесь должна сыграть и поддержка бизнеса государством.

При этом все большую долю в портфеле лизинговых компаний начинают занимать сделки с легковым транспортом — по словам участников рынка, количество сделок с ним, хоть и тоже пережило сильнейшее падение (в разных компаниях в 4–6 раз), но оно оказалось все же меньше, чем у других видов. Объясняется это тем, что этот сегмент всегда пользовался большим спросом у бизнеса самой различной направленности — клиентами лизинговых компаний могут стать предприятия самого различного профиля — это транспортные компании, предприятия оптовой и розничной торговли, пищевой промышленности, энергетики, сферы обслуживания и пр. А многие из этого перечня пережили

кризис почти без ощутимых потерь. Кроме того, легковой транспорт — это высоколиквидный вид имущества, отличающийся от остальных невысокой стоимостью.

«За 9 месяцев 2009 года у нас было заключено на 85 процентов договоров финансовой аренды легкового транспорта меньше, чем за тот же период 2008 года», — признает Роман Маланин, генеральный директор «ПН-Лизинг». — Тем не менее, в структуре нового бизнеса компании «ПН-Лизинг» доля лизинга легковых автомобилей выросла до 50 процентов от суммы всех заключенных договоров за 9 месяцев 2009 года, в то время как по результатам аналогичного периода 2008 года этот показатель был равен 20 процентов».

Конечно, такой перевес наблюдается не у всех игроков рынка, так как они по-разному ориентированы и отличаются разной степенью диверсификации. По словам Михаила Лыскова, начальника отдела лизинга автотранспорта группы компаний «Балтийский лизинг», легкой и грузовой автотранспорт также занимают наибольший процент в объеме нового бизнеса, при этом их суммарная доля составляет 30%. Также он отмечает, что в Петербурге сегмент автотранспорта пережил меньше падение, чем в других регионах.

«В целом по группе компаний «Балтийский лизинг» объемы лизинга автотранспорта за 9 месяцев 2009 года упали в четыре раза по сравнению с аналогичным периодом 2008», — рассказыва-

ет господин Лысков. — Однако если говорить о Петербурге, то количество сделок и объем нового бизнеса по лизингу автотранспорта сократились примерно в два раза. Из-за резкого снижения сделок с грузовым и специальным транспортом (тягачи, самосвалы, краны, автобетоносмесители и т. п.), которые стоят дороже относительно другого вида техники, сократились и средняя сумма сделки».

Свет в конце туннеля

В целом эксперты отмечают, что спрос на легковой и легкий коммерческий автотранспорт одним из первых пришел к определенной стабилизации, не говоря уже о том, что с возобновлением рыночной активности во второй половине 2009 года наметились и некоторые позитивные тенденции. За последние несколько месяцев на рынке лизинга автотранспорта сохраняется стабильный, хотя еще и довольно низкий спрос, но уже есть небольшая тенденция к его увеличению.

«Во второй половине 2009 года наметилось улучшение ситуации, и объемы начали расти по сравнению с первой половиной года», — говорит Вячеслав Спиоров, руководитель направления лизинга автотранспорта и строительной техники ГК «Интерлизинг». — Также значительно увеличилось количество обращений потенциальных клиентов». По словам Романа Маланина, «ПН-Лизинг» сейчас возобновляет активную работу с малыми и средними компаниями, которое была вынуждена приостановить.

При этом многие игроки рынка отмечают, что кризис внес и ряд благоприятных изменений в их работу. «Кризисные явления в экономике послужили толчком к положительным изменениям в компании в плане раскрытия внутренних резервов, совершенствования бизнес-процессов, повышения общей эффективности», — продолжает Вячеслав Спиоров. В случае восстановления экономики уход конкурентов также дает оставшимся игрокам определенные возможности для расширения влияния.

Об оживлении на рынке говорит и тот факт, что участники рынка, следуя основным тенденциям, разрабатывают новые программы для лизинговых сделок. При этом многие из них касаются как раз автотранспорта. Большинство новых предложений отличается упрощенными или смягченными требованиями к пакету документов (например, от лизингополучателя не требуется их нотариального заверения), а также более высокой скоростью принятия решения о финансировании. Например, в «Балтийском лизинге» действует новая программа «Формула Вашего успеха» (при финансировании в рублях — срок до трех лет и аванс от 10%), в «Интерлизинге» — две новых программы: «Стандарт автолизинг» и «Экспресс автолизинг» (аванс от 20%, максимальный срок финансирования также три года), в «ПН-Лизинг» также действует новая программа с авансом 25–30% и сроком финансирования до четырех лет.

МАРГАРИТА АРАНОВСКАЯ

ПОЖАЛУЙ, ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ В РОССИИ!

ВСЕ АВТОМОБИЛИ В НАЛИЧИИ



ОЛИМП

официальный дилер MERCEDES-BENZ

цены от 770 000 руб.

тел. 321-21-21

www.olimp-auto.ru



ОЛИМП

официальный дилер HYUNDAI

цены от 299900 руб.

тел. 326-40-04

www.olimp-center.ru



Санкт-Петербург, ул. Исполкомская, 15