

ОБЪЕХАТЬ КРИЗИС

РОССИЙСКИЙ АВТОРЫНОК ПРОДОЛЖАЕТ ПАДЕНИЕ С КОНЦА 2014 ГОДА. СОКРАЩЕНИЕ ПРОДАЖ НОВЫХ МАШИН ВЫНУЖДАЕТ ДИЛЕРОВ ИСКАТЬ НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА. ЭКСПЕРТЫ ПРЕДПОЛАГАЮТ, ЧТО ОСНОВНОЙ ЗАРАБОТОК САЛОНОВ МОЖЕТ СМЕСТИТЬСЯ НА ПРОДАЖУ ЗАПЧАСТЕЙ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ И СЕРВИС. КРУПНЫЕ ДИЛЕРЫ ПРИ ЭТОМ НЕ ЗАБЫВАЮТ И О ПРОГРАММАХ РАЗВИТИЯ И ИНВЕСТПРОЕКТАХ, РАССЧИТЫВАЯ, ЧТО КРИЗИС ПОМОЖЕТ ИМ ЗАНЯТЬ НОВЫЕ ДОЛИ РЫНКА.

АНАТОЛИЙ КОСТЫРЕВ

ЗАМЕДЛЕНИЕ СПАДА По итогам первого полугодия рынок новых автомобилей в России сократился на 36,4%, говорится в отчете Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ). Всего за январь-июнь было продано немногим более 782 тыс. новых машин, наибольшие доли заняли бюджетные марки: LADA (140,6 тыс.), KIA (76,2 тыс.) и Hyundai (79,4 тыс. автомобилей). Кроме того, с начала года российский рынок покинули сразу два крупных игрока. В марте об уходе объявил американский концерн General Motors (был представлен марками Chevrolet, Opel и Cadillac), а в сентябре стало известно, что постоянные поставки машин и мотоциклов прекращает японская Honda.

Несмотря на тревожные тенденции, эксперты в конце полугодия начали говорить о завершении резкой фазы кризиса. Председатель комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер отмечает, что, хотя пока «нет повода расслабляться», падение по отношению к соответствующему периоду прошлого года менее драматичное, чем в предыдущие месяцы.

Ситуация у дилеров юга России принципиально не отличается от общероссийской. Если за первый квартал рынок новых автомобилей Ростова-на-Дону упал на 47% (данные аналитического центра «АльфаСтрахование»), то по итогам полугодия ситуация несколько выправилась. Всего в столице Южного федерального округа было продано 6,2 тыс. новых автомобилей, а темпы падения снизились до 41,6%, отмечает агентство «Автостат». В целом по округу объем рынка новых автомобилей сократился на 45,1%, за первое полугодие реализовано чуть более 50,5 тыс. машин.

«Основные причины кризиса в отрасли не изменились, но если в конце прошлого — начале этого года ситуация на рынке была близка к панике, то сейчас она несколько стабилизировалась, в частности благодаря снижению цен на новые автомобили. Трудности испытывают подавляющее большинство участников рынка, несколько лучше складывается ситуация в сегменте „премиум“, а также у таких брендов, как KIA, Hyundai и LADA, темпы падения продаж которых меньше общерыночных», — поясняет аналитик агентства «Автостат» Алексей Муханов.

По мнению директора «Ауди Центр Краснодар» и «Ауди Центр Кубань» (входят в ГК «ААА Моторс») Александра Петрушина, наибольшее падение продаж произошло в массовом сегменте и у салонов, политика которых не была достаточно гибкой и не менялась одновременно с динамикой рынка и ростом курса валют. «В августе темпы падения продаж показали замедление, а результаты „Ауди Центр Краснодар“ и „Ауди Центр Кубань“ в последний месяц лета



В УСЛОВИЯХ СПАДА ПРОДАЖ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ДИЛЕРСКИЕ ЦЕНТРЫ МАКСИМИЗИРУЮТ УСИЛИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРОДАЖ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ И АКСЕССУАРОВ

стали рекордными за весь 2015 год, что в большей степени связано с выходом новой модели Audi Q7», — заявил он.

Директор департамента по продажам и маркетингу «Ключавто» (официальный дилер Mercedes-Benz, Bentley, Audi, Jaguar Land Rover, Lexus, Toyota, Volkswagen, Hyundai, Mitsubishi и пр., включает 40 салонов на юге России) Сергей Киселев отметил, что, несмотря на трудности в автобизнесе, ряд брендов показали вполне хорошие результаты. «Традиционно уверенно себя чувствует Lexus, во многом из-за хита продаж — модели NX. При общем падении продаж Toyota Camry по-прежнему супер-популярна. Кроме того, рост показали новые дилерские центры холдинга», — рассказывает господин Киселев.

По показателям продаж официального дилерского центра ŠKODA «Эскадра» в целом по ЮФО наиболее «кризисоустойчивыми» оказались две модели: ŠKODA Rapid и ŠKODA Octavia, доля

которых составила 55% и 32% от всех проданных автомобилей в компании «Эскадра» за восемь месяцев 2015 года соответственно.

В целом, говорит Алексей Муханов, тяжелее всего сейчас работать монобрендовым салонам регионального уровня, которые в отличие от федеральных игроков не имеют такого запаса финансовой прочности и возможности сильно изменять отпускную цену автомобилей.

ПУТИ ВЫХОДА

Аналитик «Автостата», ссылаясь на опыт предыдущих экономических кризисов, предполагает, что основной заработок дилерских центров в условиях снижения маржинальности продаж новых автомобилей будет смещаться. Точками роста Алексей Муханов называет продажу запчастей и дополнительного оборудования, повышение уровня сервиса. «В условиях спада продаж новых автомобилей логично ожидать, что руководство дилерских центров максимизирует

усилия по увеличению продаж сервисных услуг и аксессуаров», — рассуждает эксперт.

Развитию сервисных услуг необходимо уделять огромное внимание вне зависимости от экономической ситуации на рынке, считает руководитель отдела продаж автоцентра «Эскадра» Владимир Росликов: «Важно не просто продать автомобили, а оказать полный спектр услуг в течение всего срока эксплуатации. Именно показатель лояльности клиента влияет на его положительные рекомендации». Например, в компании «Эскадра» существует собственная «Программа лояльности», по которой предоставляется возможность получить особые условия на обслуживание и ремонт, покупку оригинальных деталей, аксессуаров, установку дополнительного оборудования ŠKODA. Разрабатываются сезонные акции для автомобилей ŠKODA постгарантийного периода.

«Непосредственно у дилерского центра не так много самостоятельных методов влияния на

В КОНЦЕ ПОЛУГОДИЯ ЭКСПЕРТЫ НАЧАЛИ ГОВОРИТЬ О ЗАВЕРШЕНИИ РЕЗКОЙ ФАЗЫ КРИЗИСА НА АВТОРЫНКЕ

