Обзор новинок Женевского автосалона: внедорожник от Mercedes за $1 млн, футуристичный Range Rover Velar, новый Lexus LS и многие другие | 17

А

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Авто | Коммерческий транспорт

Четверг 9 марта 2017 №39/Ч (6033 с момента возобновления издания) **kommersant.ru**

16 | Как кризис повлиял на ассортимент авторынка: модели, которых нам будет не хватать

19 | Рынок коммерческого транспорта начал расти: компании больше не могут откладывать покупку новой техники

21 | Появятся ли в ближайшем будущем на дорогах России беспилотные грузовики и автобусы?

Куда ниже

Российский автомобильный рынок падает уже четыре года подряд, едва ли не ежемесячно обновляя антирекорды. Впрочем, улучшение экономической ситуации и соображение, что «дальше падать некуда», дают многим экспертам повод смотреть в будущее с оптимизмом: рынок, по их мнению, достиг дна и вот-вот начнет расти. Некоторые их коллеги, однако, уверены в обратном.

АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

— рынок —

О долгожданной стабилизации на российском автомобильном рынке говорят уже давно. Вот только вожделенного дна рынок все никак не нащупает. По итогам ушедшего года продажи новых легковых машин сократились на 11% (до 1,42 млн шт.), а в январе текущего года рынок опять оказался в отрицательной зоне (–5% по сравнению с январем 2016-го). Всего же за последние четыре года авторынок упал более чем вдвое (в 2012 году в РФ было продано 2,9 млн новых машин — см. график на стр.14), и его сжатие, увы, продолжается.

Падению продаж автомобилей в России способствуют несколько ключевых факторов. Прежде всего это непрекращающийся рост цен на новые машины. После обвала рубля в 2014 году цены на автомобили сразу подскочили на 30–50%. И рост продолжается до сих пор. Согласно данным компании «Автостат», за 2016 год розничные цены выросли на 15–20%, притом что рубль уже не падал, а укреплялся по отношению к мировым валютам. Растут цены и в нынешнем году: согласно оценкам маркетологов, в среднем по рынку за первые два месяца 2017 года они увеличились на 3–5%.

При растущих ценах продолжает падать покупательная способность населения. Приобретение автомобиля — вторая по значимости покупка после жилья для среднестатистической семьи. В условиях продолжающейся экономической неопределенности люди откладывают намерение купить новую машину до лучших времен. «Январь 2017 года оказался одним из худших за последние десять лет: продано 77,9 тыс. автомобилей, ниже продажи были только в январе 2010 года,— констатирует Екатерина Григорьева, директор направления „Оценка и финансовый консалтинг“ группы компаний SRG.— Падение продаж связано не только с падением доходов населения и существенным ростом стоимости новых автомобилей, но и также со спадом экономической активности коммерческих компаний и сокращением кредитования банковского сектора».

В условиях продолжающегося кризиса, особенно в последние месяцы, лучше всего чувствуют себя крупные игроки. Чем «камернее» производитель, тем меньше у него инструментов для стимулирования спроса, тогда как «большие» концерны могут позволить себе убыточные с точки зрения бизнеса маркетинговые акции: завоевать долю сейчас, а разобраться, что с ней делать, потом.

В первой десятке ведущих автомобильных марок только одна, Nissan, с уходом в –23% в ушедшем году показала падение продаж ниже рынка (см. график на стр.14). Остальные же закончили год с минимальными потерями, а некоторые даже продемонстрировали хоть и небольшой, но все же прирост продаж. Например, с падением всего 1% (266 тыс. авто) завершил год лидер рынка — российский бренд Lada. На втором и третьем местах — бренды Kia (149 тыс.) и Hyundai (145 тыс.), которые потеряли за год соответственно 9% и 10%.

с14