

авто | коммерческий транспорт

Свято место пусто

Вслед за количественными потерями российский авторынок несет и качественные: его покидают не только отдельные модели, но и бренды целиком. Более того, уходят целые классы машин, на которые до кризиса был устойчивый спрос. Как изменилась структура предложения, выяснял **Георгий Алексеев**.

— маркетинг —

Бюджетный подход

Кризис на российском автомобильном рынке заставляет автопроизводителей сокращать модельный ряд. По подсчетам аналитического агентства «Автостат», два года назад на российском авторынке насчитывалось около 400 официально продающихся моделей. Сейчас их число сократилось больше чем на четверть: в общей сложности в салонах официальных дилеров можно найти менее 300 моделей новых машин.

Под сокращением в первую очередь подпадают модели тех сегментов, которые раньше считались нишевыми, иначе говоря, имели своего пусть не массового, но постоянного покупателя. Маркетологи разделяют российский автомобильный рынок на 11 ключевых сегментов. Но продажи сейчас концентрируются в основном в двух из них — это автомобили В-класса и SUV, которым, согласно последним данным компании «Автостат», сейчас суммарно принадлежит 80% рынка.

Популярность В-сегмента объясняется просто: эти машины дешевле. Их покупают те, кто в других условиях выбрал бы автомобиль выше классом. Предложение в этом сегменте богато: незадолго до кризиса ведущие мировые концерны успели построить в России автозаводы, где сделали ставку на выпуск именно недорогих моделей В-класса.

В итоге этот сегмент имеет рекордную долю: по итогам ушедшего года она составила 41,7% рынка. А лидируют в этой нише корейцы: Hyundai Solaris и Kia Rio. К другим ходовым



моделям этого сегмента относится российская Lada Granta, производимый в Тольятти Renault Logan, а также выпускаемые в Калуге немецкий Volkswagen Polo и чешская Skoda Rapid. Впрочем, и в этом сегменте есть потери: в прошлом году из дилерских центров исчезла модель Chevrolet Aveo: российский рынок покинул концерн General Motors.

Универсальный выбор

Второй преуспевающий сегмент российского авторынка — это кроссоверы и внедорожники (так называемые SUV — Sport Utility Vehicle). По итогам ушедшего года он занял 38,9%. Для сравнения: в 2007 году доля продаж машин этого типа со-

ставляла менее 10%. Взлет популярность SUV связан с их утилитарностью: машины с повышенным дорожным просветом и полным приводом в условиях плохих российских дорог и снежной зимы очень удобны. Правда, они дороже обычных легковушек, хотя автопроизводители и в этом сегменте умудряются выпускать модели «лоу кост». Яркий пример — Renault Duster, который сейчас занимает в сегменте SUV первое место и пользуется хорошим спросом прежде всего благодаря доступной цене.

Малышей обихают

Остальным автомобильным сегментам приходится нелегко. К их числу

относится, например, класс «малышей», или размерный класс А. Всего семь лет назад субкомпактные автомобили занимали заметные 6% российского рынка. Сейчас же их доля сократилась до 0,3%. В кризис автопроизводители не питают особых иллюзий по поводу перспектив продаж субкомпактных машин в России и закрывают их продажи. К числу «пострадавших» относятся и Chevrolet Spark, и японская Suzuki Splash, и французские «малыши» Peugeot 107 и Citroen C1. Спешно покидают сегмент и китайцы — Chery Kimo и Faw V2. Представленные на российском рынке модели А-класса, который некогда отличался богатым выбором, сейчас можно

СТРУКТУРА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ПО СЕГМЕНТАМ

Сегмент	Доля (%)	Динамика (%)	Модель/лидер сегмента	Доля (%)	Динамика (%)
B	41,4	▼-8,6	Hyundai Solaris	90,4	▼-22
SUV	38,9	▼-5,6	Renault Duster	44,0	▲+0,2
C	8,2	▼-37,2	Škoda Octavia	21,8	▲+1,8
D	5,3	▼-14,3	Toyota Camry	28,1	▼-6,9
LAV	2,3	▼-26,4	Lada Largus VP	29,3	▼-24,7
E	1,3	▼-7,8	Mercedes E-Klasse	4,8	▼-2,7
MPV	0,8	▼-22,7	Kia Soul	7,3	▲+22,6
Pickup	0,7	▼-21,1	Toyota Hilux	3,7	▼-2,4
F	0,4	▼-21,8	Mercedes S-Klasse	1,8	▼-38,9
A	0,3	▼-42,5	Daewoo Matiz	1,8	▼-60,2
Coupe Cabriolet	0,3	▼-14,3	Mercedes C-Klasse	0,6	▲+328,5

пересчитать по пальцам одной руки, и лидирует среди них узбекская Daewoo Matiz.

Семейный траур

Еще один исчезающий класс — минивэны (MPV, Multi-Purpose Vehicle). В свое время эти большие и вместительные семейные автомобили были востребованы благодаря большому пространству, но все же имели своего покупателя. Сейчас же от них отказываются даже самые преданные поклонники: по итогам прошлого года продажи в этом классе упали на 22,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Класс минивэнов вчистую проигрывает кроссоверам: те покупатели, которые могли бы позволить себе купить такую машину, предпочитают SUV. Внедорожники уступают минивэнам по вместительности, но более функциональны на российских дорогах.

Именно потому потери в классе минивэнов за последние два года велики: остановлены продажи Ford S-Max и Ford Galaxy, Fiat Freemont. Вследствие ухода GM покидают рынок и бывшие бестселлерами в своем классе семиместные компактные Chevrolet Orlando и Opel Zafira. Еще раньше с Россией распрощались полноразмерные MPV Renault Espace,

Mitsubishi Grandis, Volkswagen Sharan, Peugeot 807 и Citroen C8.

Партия в гольф

Обгоняет падение рынка и класс пикапов: за прошлый год продажи в нем упали на 21,1%, его доля составляет мизерные 0,7%. Жителям сел и деревень — целевой аудитории этого сегмента — такие машины в кризис не по карману. Не видя спроса, производитель уводит с российского рынка модели из этого сегмента. В частности, в прошлом году рынок покинули пикапы марки Nissan — Navara и NP300.

Однако, пожалуй, наиболее заметно снижение продаж в размерном классе С, так называемом гольф-классе. Еще восемь лет назад он занимал 25% рынка. А сейчас его доля упала до рекордно низкой отметки — 8,2%. Так произошло потому, что в кризис этот сегмент оказался зажат в тиски. С одной стороны, на него наступают более дешевые и при этом все более вместительные автомобили В-класса. С другой — его атакует постоянно увеличивающаяся армия SUV, многие из которых вполне сопоставимы в цене с машинами гольф-класса. Жертвами этой необъявленной войны стали популярные в совсем недавнем прошлом Honda Civic, Peugeot 208 и Nissan Tiida.

Почившие с Bose

10 автомобилей, которым не нашлось места в новых российских реалиях и которые нам особенно жаль



Chevrolet Cruze



Opel Astra



Peugeot 208



Mitsubishi ASX



Skoda Fabia



Honda Civic



Ford S-Max



Mazda MX-5

— потери —

Chevrolet Cruze

Он был завсегдатаем любой сельской дискотеки, его багажник был рад принять сабвуфер любого диаметра, золотистые кресты Луи Шевроле на нем заботливо покрывались черным лаком, а аналогов задних фонарей из Китая было так много, что с кормы Chevrolet Cruze частенько путали аж с BMW! Он завоевывал сердца не только внешностью, но и доступной ценой — за Cruze просили меньше, чем за всех прямых конкурентов, но при этом его динамика, управляемость и уровень оснащения считались одними из эталонных в своем классе. Однако уход General Motors (GM) с российского рынка лишил этой крайне популярной машины десятки тысяч россиян.

Opel Astra

Хетчбеки, универсалы, седаны, кабриолеты и «разогретые» спорткары серии OPC разлетались в России как горячие пирожки: в 2012–2013 годах дилеры передавали в руки клиентов по 40–50 тыс. машин ежегодно. Более того, после выхода новых поколений моделей старые остались в строю, все семейство было названо Astra Family, и обе генерации продавались одновременно. По данным агентства «Автостат», Opel Astra лишь на строчку ниже Hyundai Solaris в рейтинге популярности моделей на вторичном рынке за 2016 год. Еще раз скажем спасибо концерну GM за то, что под корень вырубил все «Астры» на российских территориях.

Peugeot 208

Продажи нового поколения модели, ставшего еще более стильным и интересным, стартовали в марте 2013 года — как раз тогда, когда все конкуренты удаляли модели класса В+ из своих прайс-листов. 208-й хорошо начал и разошелся по рукам полутора тысячи покупателей, но в 2015 году продажи упали до 108 экземпляров, что сделало его ввоз нерентабельным. Мы будем скучать по милому облику «французика» и его причудливой компоновке места водителя со вздымающейся поверх руля приборной панелью.



Chevrolet Orlando

Mitsubishi ASX

Настоящий «японец», отчего и пострадал. ASX просто не мог не затронуть душу российского автомобилиста, ведь этот кроссовер был родом из самой Японии! Что это значит? В головах россиян — непревзойденная надежность и качество. Пусть сам он был не слишком продвинут в плане моторов и опций, но словосочетание «made in Japan» делало свое дело: в 2014 году было продано почти 22 тыс. машин. Однако именно японская сборка в итоге «прикончила» ASX: из-за падения курса рубля по отношению к иене кроссоверы прекратили поставлять в Россию в 2015-м. Надежда на возвращение еще есть, и именно она умертвит последнюю.

Skoda Fabia

Входной билет в мир Skoda был недорогим — цены начинались от 409 тыс. руб., а примерно за 550 тыс. можно было приобрести машину с 6-ступенчатым «автоматом». Для любителей грунтовок предлагался вседорожный вариант Scout, а самым искушенным — «заряженная» Fabia RS с турбированным 180-сильным мотором. Чешский хетчбек стоил меньше своих конкурентов, но не уступал им ни в оснащении, ни в азарте управления. Однако со сменой поколений в 2014 году производство модели в Калуге было прекращено, а третья генерация до нашей страны так и не доехала. Само собой, смысл ввозить RS из Европы также пропал.



DS 5

Honda Civic

Были времена, когда очередь на «Цивики» выстраивалась длинной в год. Помимо японского качества и доступной цены покупателей манил разноликий подход к дизайну машины. Тем, кто не хотел выделяться, предлагался вполне заурядный седан, а яркие личности предпочитали более дорогой хетчбек с космическим обликом. Самые искушенные выбирали Civic Type-R — легенду стритрейсинга и других гражданских гонок. Но курс иены сделал свое дело и в этом случае: модель стала непомерно дорога, и ввоз машин в Россию стал невыгодным. А жаль, ведь образ тех «Цивиков» надолго опередил свое время, и даже сейчас они смотрятся современными.

Ford S-Max

Минивэн необязательно должен быть скучным, вялым и медленным. Это в свое время взяли на себя Ford при помощи модели S-Max. Машину особенно любили за ее спортивный характер, отличную управляемость и динамику. При этом S-Max обладал вместительным салоном, в который без проблем помещались до семи человек с большим количеством поклажи. При должном умении и аккуратности водителя люди и вещи в целостности, сохранности да еще и с комфортом доставлялись из пункта в пункт. Поклонники этой модели до сих пор пишут в Ford гневные письма с требованием вернуть ее на российский рынок, но положительного ответа пока нет.

Mazda MX-5

Несколько упоминаний в Книге рекордов Гиннеса, управляемость, задний привод, жесткая всепогодная крыша и неизменный объем багажника — Mazda MX-5 была и остается уникальным автомобилем во всем мире. При помощи этого родстера японцы никогда не пытались заработать денег в России, они зарабатывали репутацию, что у них успешно получалось. Но теперь цена репутации сильно возросла, за что отдельно спасибо системе аварийного оповещения ЭРА-ГЛОНАСС, сертификация которой стоит непомерно дорого для машин, чьи продажи исчисляются штуками. В итоге новое поколение модели предпочло объехать Россию стороной.

Chevrolet Orlando

Этот пятидверный семейный компактный, возведенный на базе Chevrolet Cruze, заслуженно занимал лидирующее место в сегменте. Автомобиль с тремя рядами сидений по своей вместительности превосходил большинство своих конкурентов в данном классе, а багажник в 958 литров и вовсе не имел себе равных. При этом машина смотрелась достаточно стильно и выразительно. Самый квадратный минивэн стоил вполне доступных денег и лидировал по продажам в своем классе. Уход с рынка Orlando был обусловлен вовсе не падением спроса на минивэны, а спорным и не поддающимся логике поступком концерна GM.

DS 5

Садясь внутрь этого то ли огромного хетчбека, то ли заливанного универсала, водитель ощущал себя пилотом реактивного истребителя. Эргономика и отделка салона, качество материалов и оригинальность в DS 5 были на таком высоком уровне, что с трудом верилось в его принадлежность к марке Citroen. Модель не пользовалась огромным спросом в России, более того, ее выбрали лишь немногие, но именно она могла привнести яркость в скучный серо-черный городской поток. Уходя, DS 5 оставил нам повесть: если модель снова вернется в Россию, на прилавках наших магазинов вновь будут лежать камамбер и пармезан.

Сергей Белоусов