

ПАДЕНИЕ НА ВЗЛЕТЕ СИТУАЦИЯ НА РОССИЙСКОМ АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ ПАРАДОКСАЛЬНА. БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ, С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ЗАЯВЛЯЮТ О КРИЗИСЕ, А С ДРУГОЙ — РАПОРТУЮТ О РЕКОРДАХ. СТЕНЛИ РУТ, ПАРТНЕР, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ КОМПАНИЯМ АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ PRICEWATERHOUSECOOPERS, УТВЕРЖДАЕТ, ЧТО РЕЗКОЕ СНИЖЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ПРОДАЖ В ТЕЧЕНИЕ ТРЕХ ПОСЛЕДНИХ МЕСЯЦЕВ ПРОИЗОШЛО В РАМКАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА НА ПРОТЯЖЕНИИ СЕМИ ЛЕТ.

В первом полугодии количество проданных в России автомобилей иностранных марок (импортированных или произведенных в России) выросло на 50% (1075 т/1715 т). Однако, если рассмотреть этот показатель за десять месяцев текущего года, то рост составил 36% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (1780 т/1307 т). Отдельно в октябре 2008 года было продано автомобилей иностранных марок всего лишь на 9% больше по сравнению с октябрём прошлого года (169 т/154 т). Если же сравнивать показатели за июнь и октябрь текущего года, то можно отметить снижение продаж иномарок на 16% (202 т/169 т).

В начале года шел спор между «пессимистами», по мнению которых весь рынок вырастет только на 20% в штучном выражении, и «оптимистами», которые считали, что возможно увеличение на 40%. На середину года рост составил 41% по сравнению с первым полугодием 2007 года. Однако падающие темпы роста продаж автомобилей иностранных и российских марок, несомненно, снижают этот показатель. Сейчас слишком рано делать прогнозы, но похоже, что пессимисты будут ближе к итоговой цифре за год.

С одной стороны, на рынке существуют предпосылки для снижения цен на иномарки в связи с ростом конкуренции, которая, в свою очередь, вызвана падением уровня продаж на европейском авторынке, выполнением планов автопроизводителей в целом, а также тем, что у автопроизводителей и автодилеров в настоящий момент существует необходимость распродавать склады для получения оборотных средств.

Однако, с другой стороны, рост курса валют, а также планы правительства относительно повышения ввозной пошлины на все иномарки, скорее всего, приведут к росту цен на иностранные автомобили.

Покупатели же разделились на две группы. К первой относятся те, кто сокращает затраты на дорогостоящие товары или ждет более выгодных предложений от автодилеров в связи со снижением потребительской уверенности, которая напрямую связана с ростом уровня безработицы и снижением заработных плат. Ко второй группе можно отнести тех, кто, опасаясь роста инфляции, предпочитает вкладывать деньги в продукцию уже сегодня, нежели откладывать деньги на черный день. Существующее в данный момент падение цен на топливо может стать дополнительным стимулом для последних.



На спрос прежде всего влияет снижение роста личных располагаемых доходов населения и увеличение процентных ставок по автокредитам (от 1 до 3% только в сентябре). Более важным представляется число отказов по заявлениям на выдачу автокредита — по сравнению с августом в сентябре число таких отказов увеличилось на 70%. С учетом того что за последние семь лет в России количество автомобилей, купленных в кредит, стремительно выросло с 0 примерно до 50%, такое внезапное ужесточение условий предоставления кредита, вероятно, окажет сильное воздействие на рынок. Эти же факторы в будущем повлияют и на объем рынка.

Темпы роста располагаемого дохода зависят от долгосрочных перспектив российской экономики. Российская экономика в сильной степени зависит от экспорта сырьевых товаров. Долговременная рецессия на мировых рынках может означать для России падение цен на сырье и уменьшение объемов экспорта. Резкое снижение доходов от экспорта, в свою очередь, может иметь негативное влияние на уровень располагаемых доходов населения в сред-

несрочной перспективе. Ставка финансирования автокредитов зависит от возможности правительства и российской банковской системы восстановить ликвидность на рынке. Если восстановить ликвидность не удастся, это окажет дополнительное негативное воздействие на общий спрос на американскую валюту.

Учитывая тот факт, что на текущий момент около 55% новых автомобилей продается в кредит, снижение объема автокредитов уменьшит объемы продаж и негативно скажется на выручке автодилеров.

В настоящий момент дилеры должны осознать и оперативно отреагировать на кардинальным образом изменившуюся ситуацию на рынке авторитейла. В условиях возможного снижения продаж новых авто удержат свои позиции на рынке дилерам помогут продажи поддержанных авто (при условии принятия законодательства об отмене «двойного НДС» при продаже поддержанных автомобилей) и рост объемов дополнительных услуг. Если до кризиса покупатели «конкурировали» за автосалон/машины, а очереди на некоторые модели превышали год, то теперь автосалоны всту-

пили в режим жесткой конкуренции друг с другом за потребителя. В настоящий момент автодилеры должны заняться более внимательным и консервативным анализом будущих продаж и пересмотром инвестиционных планов, оптимизацией основных бизнес-процессов, сокращением текущих расходов, пересмотром системы премирования сотрудников. Особое внимание должно уделяться логистической системе. В сложившейся ситуации автодилеры прежде всего должны стремиться к более тесному взаимодействию с автопроизводителями в отношении:

- договоренностей об отсрочке платежей;
- программ скидок и подарков;
- оптимального использования кредитных программ, которые предоставляют банки автопроизводителям.

Также автодилеры должны сосредоточиться на максимально широком использовании лизинговых схем, платежей с рассрочкой, других схем финансирования покупки, на улучшении качества сервисного обслуживания и его доступности, на продаже дополнительного оборудования для уже существующих клиентов. Им также придется вступить в конкуренцию за клиентов других салонов, принять участие в разработке более привлекательных продуктов совместно со страховыми компаниями.

Кроме того, две основные тенденции, характерные для рынка авторитейла, могут способствовать относительно безболезненному преодолению кризиса:

- продолжение консолидации (крупные российские дилеры будут приобретать более мелких игроков, а иностранные дилеры сосредоточатся на покупке российских дилеров с наиболее прозрачной структурой бизнеса);
- продолжение роста доли продаж в регионах.

Что касается перспектив автопроизводителей, то в краткосрочной и среднесрочной перспективе мы ожидаем, что продолжится рост их выручки, в первую очередь производителей иномарок. На текущий момент большая часть спроса на автомобили удовлетворяется за счет импорта, поэтому, даже если спрос на машины снизится или его рост замедлится, импорт будет замещен местным производством (особенно учитывая планы правительства по повышению ввозных пошлин на иномарки). В то же время существует риск, что на фоне кризиса мировые автопроизводители будут вынуждены отказаться от части инвестиционных планов. ■

«КАЖДЫЙ КРИЗИС ПРИХОДИТ ВОВРЕМЯ»

Руководитель Skoda Auto в России ПЕТЕР МИЛИНГ в текущем кризисе на автомобильном рынке России видит и положительные моменты. К удивлению редактора ВГ Хасана Ганиева, господин Милинг считает, что кризис, при котором продажи все равно растут, не так страшен, как его пытаются представить: сильным компаниям он поможет стать еще сильнее.



BUSINESS GUIDE: Насколько глубок текущий кризис, с вашей точки зрения, и как долго он может продлиться?

ПЕТЕР МИЛИНГ: На мой взгляд, этот кризис отличается от тех, что мы переживали в прошлом. Кажется, что кризис спровоцирован отсутствием финансовой ликвидности на автомобильном рынке. Это можно было бы легко поправить, обеспечив игрокам рынка достаточной наличностью. Но

мы видим, что все гораздо сложнее. Очевидно, что есть глубокие экономические причины. Есть угроза безработицы. Это приведет к падению покупательской активности. Коротким кризис не будет, мне кажется, что он продлится около трех лет.

ВГ: Насколько кризис отразится на планах Skoda в России?

П. М.: Каждый кризис приходит вовремя. Из кризиса некоторые компании выходят более сильными, чем они были. Я надеюсь, что это полностью относится и к компании Skoda. У нас до сих пор огромный потенциал роста. Он позволяет нам расти даже в такие времена. И хотя мы наблюдали некоторое снижение темпов в августе и сентябре, но общий показатель — 86% роста по сравнению с предыдущим годом — все равно невероятно большой. Если кризис выглядит так, это неплохой кризис. Мы по-прежнему планируем продать 50 тыс. автомобилей по итогам года.

ВГ: Но вы же не ожидаете точно таких же показателей в следующем году?

П. М.: Не думаю, что мы сможем повторить показатель в 86%. Но в отрицательные величины мы точно не скатимся. Наш прогноз — как минимум 20% роста. Я не могу сказать точнее. Обстоятельства заставляют нас планироваться поздно в этом году. Заявки от дилеров мы должны получить только в середине, а может, и в конце декабря. Но наши автомобили Skoda — Fabia, Octavia, Octavia Tour, Roomster и Superb — конкурентоспособны. И в России у Skoda большая целевая аудитория. Плюс у нас есть производственные мощности в Калуге.

ВГ: В одном из интервью „Ъ“ Франк Каплер, представитель Skoda Auto, отвечающий за продажи и маркетинг, сказал, что в условиях, когда рынок рухнет, у компании нет другого пути, кроме как сокращать производство. Рассматриваете ли вы перспективу сокращения производства в Калуге?

П. М.: Господин Каплер говорил о глобальной политике компании. Компания Skoda достаточно умна, чтобы не затоваривать

склады. Стратегия проста: никогда не производить автомобили, которые потом нельзя будет продать. Под каждый автомобиль уже есть свой покупатель. Когда мы анализировали в России ситуацию до кризиса, пришли к выводу, что производственные мощности в Калуге не покроют имеющегося спроса на автомобили Skoda. Сегодня с учетом перспектив падения рынка они представляются достаточными. Во всяком случае сокращать производство моделей Fabia и фейслифтинговой Octavia мы на данный момент не планируем.

ВГ: Многие автопроизводители уже снизили розничные цены, напрямую или косвенно, закамуфлировав снижение под специальные акции. Определили ли вы какой-то минимум, до которого может опуститься цена на Skoda?

П. М.: Мы не будем снижать цены на наши автомобили. В настоящий момент такой необходимости нет. Возможно, что мы будем делать какие-то особые предложения

нашим клиентам по выбору более богатой комплектации, предлагать «зимний пакет» или зимние шины в подарок. В следующем году мы, вероятно, постараемся заинтересовать автолюбителей моделями ограниченной серии. Скажем, Skoda Fabia Sport Edition с белой крышей за специальную цену. Но у нас нет цели сделать много автомобилей, чтобы потом просто избавиться от них.

ВГ: В условиях кризиса, полагают некоторые эксперты, будет делаться ставка на бюджетные модели. Может ли Fabia в намеренно обедненной комплектации сойти за такую модель?

П. М.: Достаточно выигрышным мы считаем и тот факт, что Skoda предлагает рынку два варианта Octavia: новую, фейслифтинговую машину, и старую по меньшей цене. У нас уже есть бюджетная версия модели Fabia 1.2, которую мы продаем по цене от 309 тыс. рублей. Ниже этого уровня мы не опустимся.