

Автомобильный рынок 2016: долгожданное дно

Дмитрий Чумаков

Член Гильдии Маркетологов, президент Вектор Маркет Рисеч

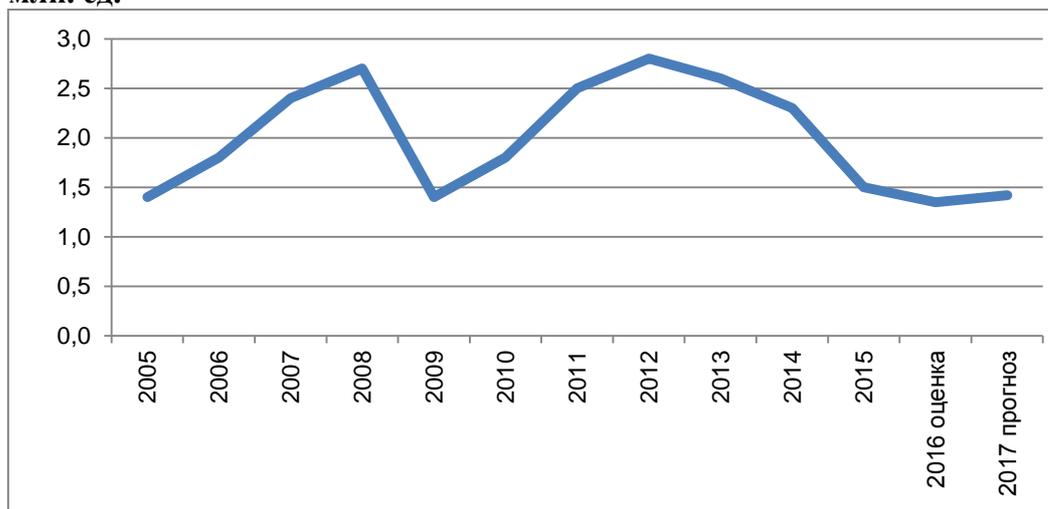
Материал опубликован в Справочнике Гильдии Маркетологов "Маркетинг в России 2017".

В 2016 году государством и представителями автомобильной отрасли в России было предпринято множество мер для того, чтобы остановить негативный тренд в продажах новых автомобилей. Покупателям были предложены программы льготного кредитования и лизинга, скидки за трейд-ин, беспрецедентные скидки на автомобили на протяжении всего года, подарки при покупке автомобилей на любой вкус, уникальные сервисные предложения и многое другое. И в целом, несмотря на все-таки негативный результат года, можно говорить о том, что эти усилия не были напрасны.

По итогам 2016 количество проданных автомобилей снизилось примерно на 10%, что иллюстрирует сокращение темпов снижения объема продаж новых легковых автомобилей в сравнении с показателями 2015 года, когда объем продаж стал меньше на 35%.

Конечно, в этот раз снижение шло от еще более низкой базы, и поэтому каждый процентный пункт, на который снизился рынок, был очень болезненным для всей отрасли. Сформированные финансовые подушки у многих автомобильных компаний уже были использованы в предшествующие периоды, а новые подходы и технологии работы еще не начали приносить свои дивиденды.

Диаграмма 1. Динамика изменения объема продаж легковых автомобилей в России, млн. ед.



В сравнении с 2013 годом рынок новых автомобилей сократился почти в два раза, а снижение объемов продаж новых автомобилей в России в 2015 году было бы еще более значимым, если бы не продажи в страны СНГ: до того, как в этих странах валюты обесценились, стоимость автомобилей в России была намного ниже. В 2016 году такого экспорта практически не было, а это говорит о том, что продажи автомобилей на внутреннем рынке остались практически на уровне прошлого года.

Ситуация в экономике объективно стала улучшаться, и несмотря на снижение доходов у населения люди все с большей готовностью покупают автомобили в кредит. Каждый второй автомобиль, проданный в России в 2016 году, был продан в кредит.

Без потерь не обошлось

Таких глобальных потрясений, как уход GM в 2015 году, в 2016 году не произошло. Тем не менее, на российском рынке прекращены или временно приостановлены официальные продажи некоторых моделей ряда производителей, которые были доступны ранее, включая Honda Crosstour, Mazda CX9 и Mitsubishi ASX.

Несмотря на то, что премиальный сегмент автомобильного рынка оказался более стабильным, российский рынок покинул премиальный суббренд Honda — Acura.

Из значимых изменений в среднем и низком ценовых сегментах можно отметить изменение у компании Honda подхода к работе с дилерами, а также то, что ввиду определенных обстоятельств в Россию приостановлены поставки автомобилей марки Great Wall.

Honda и Mitsubishi показали наименее оптимистичные результаты, сократив продажи более чем на 50%.

Бестселлеры Hyundai

В гонке за первое место по объему продаж в массовом сегменте вероятнее всего по итогам года одержит победу Hyundai Solaris, став первой в истории российского авторынка иномаркой, обогнавшей по показателю объема продаж одной модели продукцию «АвтоВАЗа».

Китайские производители

Продажи китайских брендов Lifan, Geely и Chery в начале года демонстрировали рост, который по итогам первого полугодия составил 6 процентов. Однако после окончания распродаж автомобилей 2015 года они стали резко падать, в результате по году положительную динамику смог показать только Lifan.

Факторы успеха

В целом, обновление модельного ряда, особенно в сегменте кроссоверов, позволило некоторым компаниям показать лучшую в сравнении с конкурентами динамику продаж. Наиболее выдающийся пример – Lexus, который несмотря на повышение цен показал двухзначные темпы роста. Да и вообще, концерн Toyota показал вдохновляющие результаты в сегменте кроссоверов на российском рынке, заняв лидирующую позицию в денежном выражении.

То, что производители автомобилей в значительной степени связывают продажи будущих периодов с кроссоверами иллюстрируется и тем, что многие компании анонсировали серийное производство таких автомобилей в России, включая Nissan Qashqai, Lada XRay, Hyundai Creta, Renault Kaptur, Toyota RAV4 и некоторые другие.

Производственные мощности нуждаются в росте рынка

В 2016 году в России произведено около 1.1 млн. автомобилей, что также ниже показателей 2015 года, однако уже во второй половине 2017 года мы ожидаем небольшой

рост объемов производства. Для того, чтобы полностью загрузить уже существующие мощности автопроизводителей, необходимо чтобы объемы производства приблизились примерно к 3 млн. автомобилей в год, а это, к сожалению, вряд ли возможно в течение последующих пяти лет.

Цены

На протяжении года производители автомобилей продолжили поэтапное повышение цен на автомобили в России, в результате чего в 2016 году цены на автомобили выросли примерно на 15%. Рост цен оказался внушительным, хотя он и не превысил показатель 2015 года (25%).

Дилерские центры

Количество дилерских центров в России сократилось примерно на 270-280 единиц.

Покупатели

Покупатели научились быть более рациональными и внимательными на этапе выбора автомобилей, они изучают все больше информации в процессе выбора автомобиля и места его покупки, а осознание того, что рынок принадлежит именно им, привело к тому, что именно покупатели стали еще больше усиливать ценовые войны между дилерами, стараясь получить максимальную выгоду от покупки.

Аналогичная ситуация отмечается и в сегменте послепродажного обслуживания: даже выбирая место для технического обслуживания владельцы автомобилей готовы потратить больше времени на дорогу для того, чтобы сэкономить на стоимости работ.

Более длительный срок владения автомобилями делает послепродажное обслуживание еще более важной составляющей бизнеса дилерских центров. При этом, стремление владельцев автомобилей экономить и на владении автомобилями, в сочетании с развитием неофициальных сервисных центров, бросает новые вызовы для производителей автомобилей и их партнеров.

Прогноз на 2017 год

В случае отсутствия значимых потрясений, в 2017 году можно ожидать небольшой рост объема продаж новых автомобилей, который по итогам года составит около 3 – 5%.

Драйверами роста окажутся улучшение экономической ситуации, реализация масштабного эффекта отложенного спроса, государственная поддержка, специальные программы производителей автомобилей и их партнеров, а также обновление модельного ряда. При этом, в количественном выражении основной вклад в результаты года внесет второе полугодие.

Темпы роста цен на новые автомобили продолжают снижаться и вероятнее всего не превысят 10 – 12% по итогам года.

Еще более значимым элементом дилерского бизнеса окажется послепродажное обслуживание, которое уже не воспринимается как менее приоритетное направление автобизнеса в сравнении с продажами новых автомобилей.